

SMCP

sandro · maje · claudie pierlot · de fursac

Communiqué - Paris, le 6 décembre, 2019

Forte détérioration du marché à Hong Kong SMCP revoit son objectif de marge d'Ebitda ajusté pour 2019 et confirme ses perspectives de croissance du chiffre d'affaires annuel

SMCP annonce aujourd'hui la révision de son objectif 2019 de marge d'Ebitda ajusté principalement en raison de la forte détérioration du marché à Hong Kong, provoquée par une baisse importante du trafic et par des fermetures temporaires de points de vente au cours de ces dernières semaines. Cette détérioration aura un impact important sur la marge d'Ebitda du Groupe. Dans une moindre mesure, la performance plus faible que prévu de Claudie Pierlot, dont l'exposition aux marchés internationaux en forte croissance est beaucoup plus limitée, affectera également la marge du Groupe.

Dans les autres régions et marques, le Groupe progresse, conformément à ses attentes, affichant notamment une croissance *like-for-like* positive au 3^{ème} et au 4^{ème} trimestre (à date), ainsi qu'une croissance forte en Chine continentale.

En conséquence, SMCP anticipe désormais pour 2019 une marge d'Ebitda ajusté¹ comprise entre 15,5% et 16,0% et confirme son objectif de croissance du chiffre d'affaires annuel.

SMCP suit très attentivement l'évolution du marché à Hong Kong et prend toutes les mesures nécessaires pour en limiter l'impact à l'avenir, dont notamment une optimisation sélective de son parc de magasins. SMCP demeure fermement engagé à réaliser son plan stratégique, s'appuyant notamment sur le potentiel de croissance significatif de ses marques tant à magasins comparables que par le biais de leur expansion internationale.

Une conférence téléphonique à destination des investisseurs et des analystes sera tenue, ce jour, par Daniel Lalonde, Directeur Général et Philippe Gautier, Directeur Financier et des Opérations, à 9h00 (heure de Paris).

¹ Les objectifs sont présentés sans tenir compte de l'impact de l'application de la norme IFRS 16, effective à compter de l'exercice 2019

INDICATEURS FINANCIERS NON DÉFINIS PAR LES NORMES IFRS

Le Groupe utilise des mesures financières et non financières-clés pour analyser les performances de son activité. Les principaux indicateurs de performance utilisés comprennent le nombre de points de vente, la croissance sur une base comparable (« like-for like »), l'EBITDA ajusté et la marge d'EBITDA ajusté.

Nombre de points de vente

Le nombre de points de vente du Groupe se compose du nombre total de points de vente ouverts à une date considérée, ce qui comprend (i) les points de vente exploités en propre (« directly operated stores ») qui incluent les succursales, les concessions dans les grands magasins, les magasins exploités par des affiliés, les outlets et les sites Internet, ainsi que (ii) les points de vente partenaires (« partnered retail »).

Croissance du chiffre d'affaires sur une base comparable (« like-for-like »)

La croissance sur une base comparable correspond aux ventes retail réalisées à travers les points de vente détenus en propre sur une base comparable au cours d'une période donnée, par rapport à la même période de l'exercice précédent, le chiffre étant exprimé en pourcentage de variation entre les deux périodes. Le nombre de points de vente sur une base comparable pour une période donnée comprend tous les points de vente du Groupe ouverts au début de la période précédente et exclut les points de vente fermés pendant la période donnée, y compris les points de vente fermés pour rénovation pour une durée supérieure à un mois, ainsi que les points de vente ayant changé d'activité (par exemple des points de vente Sandro passant d'un statut Femme à Homme ou à Mixte).

Les croissances des ventes sur une base comparable sont présentées à taux de change constant (les ventes d'une année N et d'une année N-1 en devises sont converties au taux moyen N-1, tel que présenté dans les notes annexes aux comptes consolidés du Groupe au 31 décembre de l'année N considérée).

EBITDA ajusté et marge d'EBITDA ajusté

L'EBITDA ajusté est défini par le Groupe comme étant le résultat opérationnel courant avant dotations aux amortissements, provisions et charges liées au plan d'attribution d'actions gratuites (LTIP). En conséquence, l'EBITDA Ajusté correspond à l'EBITDA avant charges liées au LTIP.

L'EBITDA ajusté n'est pas une mesure comptable standard répondant à une définition unanimement admise. Il ne doit pas être considéré comme un substitut du résultat opérationnel, du bénéfice net, du flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles, ni comme un indicateur de liquidité.

La marge d'EBITDA ajustée correspond à l'EBITDA ajusté divisé par le chiffre d'affaires.

AVERTISSEMENT : DECLARATIONS PROSPECTIVES

Ce document contient certaines informations qui constituent des déclarations prospectives. Ces déclarations prospectives sont fondées sur les anticipations et convictions actuelles de l'équipe dirigeante et sont soumises à un certain nombre de risques et incertitudes, en conséquence desquels les résultats réels pourraient différer sensiblement des résultats prévisionnels évoqués par les déclarations prospectives. Par conséquent, aucune garantie n'est donnée sur le fait que ces énoncés ou prévisions se réaliseront ou que les objectifs de résultats seront atteints. Ces risques et incertitudes incluent ceux présentés ou détaillés au Chapitre 4 « Facteurs de risques » du document de référence de la Société enregistré par l'Autorité des marchés financiers le 26 avril 2019 et qui est disponible sur le site Internet de SMCP (www.smcp.com)

Ce document n'a pas fait l'objet d'une vérification indépendante. SMCP ne prend aucun engagement ni ne donne aucune garantie sur l'exactitude ou le caractère complet de l'information présentée dans ce document. En aucun cas, SMCP, l'un de ses affiliés ou l'un de ses représentants ne pourra être tenu responsable des conséquences dommageables éventuelles de l'usage qui sera fait de ce document ou de toute information y figurant.

À PROPOS DE SMCP

SMCP est un leader mondial du marché du luxe accessible avec un portefeuille de quatre marques parisiennes uniques Sandro, Maje, Claudie Pierlot et De Fursac. Présent dans 40 pays, SMCP est un Groupe à forte croissance qui a franchi le seuil du milliard de chiffre d'affaires en 2018. Le groupe comprend un réseau de plus de 1 500 magasins dans le monde et une présence digitale forte, sur l'ensemble de ses marchés-clés. Evelyne Chetrite et Judith Milgrom ont fondé respectivement Sandro et Maje à Paris, en 1984 et en 1998 et continuent à en assurer la direction artistique. Claudie Pierlot et De Fursac ont été acquises par SMCP respectivement en 2009 et 2019. SMCP est coté sur le marché réglementé d'Euronext (compartiment A, ISIN FR0013214145, Code Mnémonique : SMCP).

CONTACTS

CONTACT INVESTISSEURS/PRESSE

SMCP

Célia d'Everlange

+33 (0) 1 55 80 51 00

celia.deverlange@smcp.com

CONTACT PRESSE

BRUNSWICK

Hugues Boëton
Tristan Roquet Montegon

+33 (0) 1 53 96 83 83

smcp@brunswickgroup.com