

# SMCP

sandro maje claudie pierlot



**TRÈS FORTE CROISSANCE DE +16,0% ET +17,5% À TAUX DE CHANGE CONSTANT  
LES VENTES 2017 DÉPASSENT LES OBJECTIFS EN ATTEIGNANT €912 MILLIONS**

**OBJECTIF DE MARGE D'EBITDA 2017 CONFIRME**

**PARIS, LE 30 JANVIER 2018**

- Croissance exceptionnelle des ventes au cours de l'exercice 2017 de +16,0% à 912 millions d'euros (+17,5% à taux de change constant) qui dépassent l'objectif affiché de 900 millions d'euros en 2017. SMCP réalise donc à nouveau une année de croissance forte et équilibrée tirée par les ouvertures de magasins et une croissance à périmètre comparable de +7,8%.
- SMCP surperforme le marché avec une performance très dynamique de l'ensemble des marques et des régions en 2017, de nouveaux gains de parts de marché en France et une progression des ventes à l'international de +27,1% (soit +29,9% à taux de change constant). Elles représentent désormais 59% du chiffre d'affaires global.
- Poursuite de la forte croissance au T4 de +14,1% à 256 millions d'euros (+16,8% à taux de change constant).
- Expansion soutenue de son réseau avec 37 ouvertures nettes de points de vente au T4, soit 109 ouvertures nettes en 2017. Le réseau compte désormais 1 332 points de vente dans 38 pays.
- Ventes en ligne en hausse de +46%, représentant 12% des ventes totales.
- Confirmation de la guidance 2017 de marge d'EBITDA de 16,5% ainsi que celles d'investissement et d'endettement net.

Le Groupe SMCP, acteur clé du marché mondial du luxe accessible, avec ses trois marques Sandro, Maje et Claudie Pierlot, publie aujourd'hui ses ventes du quatrième trimestre 2017 et de l'exercice 2017.

À cette occasion, Daniel Lalonde, Directeur Général du groupe SMCP, a déclaré : « SMCP réalise à nouveau une année absolument remarquable en termes de ventes nettes et de développement stratégique du réseau dans toutes les régions et pour toutes les marques. Nous avons ouvert des points de vente dans des lieux prestigieux, nous nous sommes implantés sur de nouveaux territoires, avons renforcé notre offre omnicanal, lancé de nouveaux sites e-commerce et continué à proposer des collections exceptionnelles tout au long de l'année. Ces avancées ont été réalisées grâce à l'excellent travail de nos équipes talentueuses et passionnées, qui œuvrent sans cesse au renforcement de la désirabilité de nos trois marques.

Ce succès confirme la pertinence de notre modèle économique et de notre stratégie axée sur la croissance organique, le développement de notre réseau sur nos principaux marchés, une accélération du digital, de l'homme

*et des accessoires. Nous avons dépassé notre objectif annuel de croissance et confirmons nos prévisions de marge d'EBITDA pour l'exercice 2017. »*

## **POURSUITE DE LA FORTE CROISSANCE AU QUATRIEME TRIMESTRE**

Les collections Automne-Hiver des marques SMCP ont reçu un très bon accueil dans toutes les régions : les ventes ont atteint 256 millions d'euros, en hausse de +14,1%. Ces excellents résultats ont été atteints grâce à des ventes très dynamiques pendant la période des fêtes et malgré un marché difficile en octobre. Au quatrième trimestre, les taux de change ont eu un impact similaire à celui constaté lors du trimestre précédent et la croissance à taux de change constant atteint +16,8%.

Au cours des trois derniers mois, SMCP a poursuivi son expansion internationale avec 37 nouveaux points de vente nets, dont l'ouverture d'un Sandro et d'un Maje au K11 de Shanghai et d'une succursale à Milan pour Claudie Pierlot, l'arrivée de Maje au sein du prestigieux Venitian de Macao et enfin les inaugurations de Sandro et de Maje au tout nouveau Century City de Los Angeles.

En octobre, SMCP a présenté avec succès ses collections de lunettes Sandro et Maje au prestigieux salon Silmo à Paris.

Le quatrième trimestre a également été marqué par la poursuite du développement de nos services omnicanal, y compris le déploiement complet de l'application du Store-to-Web de Maje en France.

## **LA PROGRESSION DES VENTES 2017 TIREE PAR TOUTES LES REGIONS ET TOUTES LES MARQUES**

Croissance dynamique dans toutes les régions internationales

- La croissance dans la région APAC<sup>2</sup> a été exceptionnelle en 2017 (+40%). La Grande Chine a tiré l'augmentation du nombre de points de vente avec 37 ouvertures nettes sur les 50 réalisées dans la région. En Chine continentale, 2017 a vu l'ouverture de points de vente dans 5 nouvelles villes : Wuhan, Xian, Kunming, Harbin et Jinan – amenant à 21 le nombre de villes dans lesquelles le groupe est implanté en Grande Chine - ainsi que le lancement de Taiwan en tant que marché direct. Sandro et Maje ont également ouvert leurs propres sites e-commerce en Chine.
- En EMEA<sup>1</sup>, la très bonne performance du Groupe, en croissance de +24% au cours de l'exercice, a été réalisée sur tous les marchés stratégiques. SMCP a poursuivi la densification de son réseau avec 48 ouvertures nettes en 2017, principalement en Italie et en Allemagne.
- En Amérique, SMCP a réalisé une performance exceptionnelle avec un taux de croissance de +18% en 2017, sur l'ensemble des canaux, grâce au modèle économique unique du Groupe. SMCP a poursuivi l'expansion de son réseau avec 15 ouvertures nettes en 2017.
- En France, SMCP continue de gagner des parts de marché et réalise une performance solide en 2017 avec une croissance de +3%, surperformant ainsi le marché français, stable en 2017.

Croissance à deux chiffres pour toutes les marques

- Sandro réalise une performance exceptionnelle en 2017 (+21%) grâce au succès des collections Femme et Homme. L'expansion de Sandro s'est poursuivie avec 53 ouvertures nettes en 2017, comprenant notamment des ouvertures prestigieuses en Europe.
- Maje enregistre une croissance dynamique de +10% grâce au succès continu des accessoires, et plus particulièrement de la maroquinerie. Maje a poursuivi son expansion géographique (39 ouvertures nettes), avec une croissance dynamique du nombre de points de vente en Grande Chine.
- Les très bons résultats de Claudie Pierlot (+16% en 2017) témoignent de la notoriété croissante de la marque en EMEA, où la marque a lancé deux nouveaux marchés directs cette année en Italie et au Luxembourg. Claudie Pierlot a renforcé son empreinte géographique avec 21 ouvertures nettes en 2017.

<sup>1</sup> EMEA : La zone géographique EMEA regroupe les activités du Groupe dans les pays européens à l'exception de la France (principalement le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Allemagne, la Suisse, l'Italie et la Russie) ainsi que le Moyen Orient (notamment les Émirats Arabes Unis).

<sup>2</sup> APAC : La zone géographique APAC regroupe les activités du Groupe en Asie-Pacifique (notamment Chine continentale, Hong Kong, Corée du Sud, Singapour, Thaïlande et Australie).

## PERSPECTIVES

Le Groupe confirme ses prévisions de marge d'EBITDA de 16,5% ainsi que celles concernant les investissements et l'endettement net.

SMCP réalise une performance satisfaisante en janvier.

## A PROPOS DE SMCP

SMCP est un acteur clé du marché mondial du prêt à porter et des accessoires avec un portefeuille composé de trois marques françaises de mode contemporaine - Sandro, Maje et Claudie Pierlot. À fin juin 2017, les marques de SMCP sont présentes à travers 38 pays dans le monde avec plus de 1300 points de vente. Evelyne Chetrite et Judith Milgrom ont fondé respectivement Sandro et Maje à Paris, en 1984 et en 1998 et elles continuent à en assurer la direction artistique. Claudie Pierlot a été fondée en 1984 par Madame Claudie Pierlot et a été acquise par le groupe SMCP en 2009. SMCP est coté sur le marché réglementé d'Euronext (compartiment A, ISIN FR0013214145, Code Mnémonique : SMCP).

[www.smcp.com](http://www.smcp.com)

## CONTACT INVESTISSEURS

[investor-relations@smcp.com](mailto:investor-relations@smcp.com)

## CONTACT PRESSE

Brunswick - Hugues Boëton  
+33 (0) 1 53 96 83 83  
[smcp@brunswickgroup.com](mailto:smcp@brunswickgroup.com)

<sup>1</sup> EMEA : La zone géographique EMEA regroupe les activités du Groupe dans les pays européens à l'exception de la France (principalement le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Allemagne, la Suisse, l'Italie et la Russie) ainsi que le Moyen Orient (notamment les Émirats Arabes Unis).

<sup>2</sup> APAC : La zone géographique APAC regroupe les activités du Groupe en Asie-Pacifique (notamment Chine continentale, Hong Kong, Corée du Sud, Singapour, Thaïlande et Australie).

## 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. 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 éventuelles de l'usage qui sera faite de ce document ou de toute information y figurant. Pour obtenir plus d'informations sur ces risques et incertitudes, vous pouvez consulter les documents déposés par SMCP auprès de l'Autorité des marchés financiers en tant qu'information réglementée et disponibles sur le site de SMCP ([www.smcp.com](http://www.smcp.com)).

## EVOLUTION DES VENTES NETTES

Ventes nettes par région	T4-17		2017	
	%	% à tcc.	%	% à tcc.
France	+1%	+1%	+3%	+3%
EMEA <sup>1</sup>	+18%	+20%	+24%	+27%
Americas	+19%	+27%	+18%	+20%
APAC <sup>2</sup>	+44%	+51%	+40%	+44%
<b>Total</b>	<b>+14%</b>	<b>+17%</b>	<b>+16%</b>	<b>+18%</b>

Ventes nettes par marque	T4-17		2017	
	%	% à tcc.	%	% à tcc.
Sandro	+17%	+20%	+21%	+23%
Maje	+13%	+16%	+10%	+11%
Claudie Pierlot	+7%	+8%	+16%	+17%
<b>Total</b>	<b>+14%</b>	<b>+17%</b>	<b>+16%</b>	<b>+18%</b>

<sup>1</sup> EMEA : La zone géographique EMEA regroupe les activités du Groupe dans les pays européens à l'exception de la France (principalement le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Allemagne, la Suisse, l'Italie et la Russie) ainsi que le Moyen Orient (notamment les Émirats Arabes Unis).

<sup>2</sup> APAC : La zone géographique APAC regroupe les activités du Groupe en Asie-Pacifique (notamment Chine continentale, Hong Kong, Corée du Sud, Singapour, Thaïlande et Australie).