

# SMCP

SANDRO, MAJE, CLAUDIE PIERLOT



## Chiffre d'affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre 2017 SMCP enregistre une forte performance, en ligne avec ses objectifs de croissance 2017

Paris, le 29 novembre 2017

- Hausse des ventes de 17,7% au troisième trimestre à 218 millions d'euros (20,0% à taux de change constant) ; sur les neuf premiers mois, progression des ventes de 16,8%, à 657 millions (17,8% à taux de change constant).
- Très bonnes performances, amplifiées sur le trimestre par des éléments calendaires ponctuels en France et du fait d'un effet de base favorable.
- Poursuite de la forte dynamique des ventes à l'international portées par les trois marques. Les ventes internationales, en hausse de 28,1% (soit 30,1% à taux de change constant), contribuent à hauteur de 58% du chiffre d'affaires total du Groupe sur les neuf premiers mois de l'année.
- Ouverture nette de 28 nouveaux points de vente depuis le 30 juin, soit 97 nouveaux points de vente au cours des douze derniers mois.
- Perspectives annuelles 2017 confirmées.

Le Groupe SMCP, acteur clé du marché mondial du prêt-à-porter et des accessoires, avec ses marques Sandro, Maje et Claudie Pierlot, publie aujourd'hui ses ventes du troisième trimestre 2017.

A cette occasion, Daniel Lalonde, Directeur Général du groupe SMCP, a déclaré : « Les bonnes performances du Groupe au troisième trimestre confirment les perspectives de croissance de Sandro, Maje et Claudie Pierlot. Le succès des trois marques partout dans le monde témoigne de la pertinence de notre business model qui combine les codes du luxe et du fast fashion.

*Nous poursuivons la mise en œuvre de notre stratégie qui s'articule autour de la poursuite de la croissance organique, la conquête de parts de marché en France et le développement à l'international. A l'occasion de cette première publication comme société cotée, nous confirmons les objectifs financiers 2017 présentés lors de notre introduction en bourse. »*

### Bonne dynamique au troisième trimestre

Le troisième trimestre 2017 confirme la tendance observée depuis le début de l'année pour le groupe SMCP : les ventes ont atteint 218 millions d'euros, en hausse de 17,7% par rapport à la même période l'an passé. Cette progression a été amplifiée par des effets calendaires : en France, les soldes d'été ont été décalées d'une semaine de juin à juillet. Sur toute l'Europe, le mois de septembre a été exceptionnel, bénéficiant de conditions de marché positives et d'un effet de base favorable. À taux de change constant, cette hausse a été de 20,0%, faisant apparaître un impact de change plus significatif qu'au cours de la première moitié de l'année.

Le groupe a progressé sur l'ensemble de ses leviers stratégiques au cours du trimestre, marqué par le bon accueil réservé aux collections Automne-Hiver et la poursuite de l'expansion du Groupe à l'international

avec l'ouverture nette de 28 nouveaux points de ventes sur la période et l'ouverture d'un nouveau marché à Taiwan :

- Sandro a notamment ouvert d'importantes succursales à Regent Street à Londres, à Shenzhen, à Munich et à Francfort.
- Maje a ouvert, entre autres, des succursales à Cologne et à Luxembourg, mais aussi à Hong-Kong dans le prestigieux centre commercial Elements et à Shenzhen.
- Claudie Pierlot a ouvert des succursales à Luxembourg et à Cologne, tout en renforçant sa présence en Italie dans les grands magasins La Rinascente à Rome et à Milan.
- En Grande Chine, SMCP a ouvert dans deux nouvelles villes : Kunming et Harbin portant ainsi sa présence en Grande Chine à 20 villes. Le Groupe a aussi lancé les e-shops de Sandro et Maje en Chine Continentale.
- En France, le Groupe a poursuivi l'optimisation de son réseau, en y menant notamment la rénovation de magasins clés.

Le groupe a par ailleurs poursuivi le développement de ses piliers stratégiques y compris le déploiement du service omnicanal *store-to-web* pour Maje en France ainsi que le pré-lancement d'une ligne de lunettes pour Sandro et Maje.

### **Sur neuf mois, une croissance portée par toutes les régions et les trois marques**

Au cours des neuf premiers mois, la croissance du chiffre d'affaires atteint 16,8%, soit 17,8% à taux de change constant.

- En France, SMCP a continué de gagner des parts de marché avec une progression des ventes de 4%.
- En EMEA<sup>1</sup>, la très forte performance du groupe, à 27%, s'explique par le succès enregistré dans tous les marchés stratégiques de la zone et la poursuite du développement du réseau avec l'ouverture nette de 42 points de vente sur les douze derniers mois, principalement en Italie et en Allemagne.
- En Amériques, la croissance a été de 18% sur un marché difficile. Le Groupe y a enregistré de fortes performances sur tous les canaux de distribution et ouvert 12 points de vente en net sur les douze derniers mois. Le Groupe enregistre également une très bonne performance au Canada où il a ouvert ses premiers succursales fin 2016.
- La région APAC<sup>2</sup> a elle aussi fortement porté les performances du Groupe avec une croissance des ventes de 39%, confirmant le potentiel et la désirabilité exceptionnels des trois marques en Chine, que ce soit dans les villes tier1 ou tier2. Le Groupe comptabilise en effet 48 ouvertures nettes au cours des douze derniers mois dans la région.

La croissance des neuf derniers mois a été portée par les trois marques. Sandro a connu sur les neuf premiers mois de l'année une très forte croissance, à 23%, portée par l'ouverture de magasins de premier rang en Europe et le succès de ses collections Femme et Homme. Maje a enregistré une progression solide de ses ventes, en croissance de 8%, avec une dynamique forte en Grande Chine et la poursuite du succès commercial de la gamme des sacs « M ». Enfin, la très forte croissance de Claudie Pierlot sur la période, à 20%, témoigne de la désirabilité et de la notoriété croissante de la marque sur les territoires clés, et notamment en Europe.

### **Perspectives**

Après un mois de septembre exceptionnel, SMCP a constaté en Europe un marché moins dynamique en octobre. Les ventes à date du mois de Novembre font apparaître un bon niveau de croissance.

Pour le quatrième trimestre, le Groupe anticipe un impact de change similaire à celui constaté lors du troisième trimestre.

Au regard de sa performance attendue sur le deuxième semestre, SMCP confirme ses objectifs financiers annuels dont un chiffre d'affaires d'environ 900 millions d'euros au 31 décembre 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).

## 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 37 pays dans le monde avec plus de 1200 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)  
[pauline.roubin@smcp.com](mailto:pauline.roubin@smcp.com)

### Contact presse

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

### **Avertissement : Déclarations 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 fait 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)).

## Évolution du chiffre d'affaires

Ventes par région	H1 2017	T3 2017	9M 2017
France	+1%	+12%	+4%
EMEA	+27%	+27%	+27%
Amériques	+26%	+3%	+18%
APAC	+47%	+26%	+39%
<b>Total</b>	<b>+16%</b>	<b>+18%</b>	<b>+17%</b>

Ventes par marque	H1 2017	T3 2017	9M 2017
Sandro	+22%	+26%	+23%
Maje	+10%	+6%	+8%
Claudie Pierlot	+16%	+29%	+20%
<b>Total</b>	<b>+16%</b>	<b>+18%</b>	<b>+17%</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).