

SMCP

sandro maje claudie pierlot



Chiffre d'affaires annuel 2018

Communiqué de presse – Paris, le 28 janvier 2019

Croissance forte à deux chiffres des ventes, +13,0% à tcc, conforme à l'objectif annuel relevé
SMCP franchit une nouvelle étape en dépassant le seuil du milliard d'euros de chiffre d'affaires
Confirmation de l'objectif de marge d'EBITDA ajusté

-
- Croissance forte à deux chiffres des ventes en 2018, à +13,0% à tcc¹ (dont une hausse solide de +3,7% sur une base comparable), conforme à l'objectif annuel relevé
 - Accélération significative du digital en 2018, à 14,7% du CA (+260 pb par rapport à 2017)
 - Forte résilience au T4 2018 avec une progression des ventes de +8,1% à taux de change constant, à 276,1 M€ (+7,9% en publié) malgré des conditions de marché exceptionnellement défavorables
 - Une année d'ouvertures extrêmement soutenue : +134 points de vente, dont +102 ouvertures nettes de magasins opérés en propre, supérieur à l'objectif annuel
 - Confirmation de l'objectif de marge d'EBITDA ajusté autour de 17% pour l'exercice 2018
-

Daniel Lalonde, Directeur Général du Groupe SMCP, a déclaré : « Avec un chiffre d'affaires en croissance à deux chiffres en 2018, SMCP réalise une performance remarquable et continue de tenir les engagements de sa feuille de route stratégique. En quatre ans, nous avons réalisé une performance exceptionnelle : doubler notre chiffre d'affaires pour atteindre la barre des 1 milliard d'euros. Notre performance tout au long de l'année, et plus particulièrement au quatrième trimestre, démontre que SMCP s'appuie sur des fondamentaux solides et illustre une nouvelle fois la résilience de notre modèle économique malgré des conditions de marché exceptionnellement défavorables. Je souhaite en outre saluer particulièrement les progrès considérables réalisés sur le digital : en croissance constante et forte depuis plusieurs années, ce segment représente désormais près de 15% de notre chiffre d'affaires total. Je tiens à remercier nos équipes à travers le monde, dont la passion et l'engagement ont rendu possible cette remarquable performance dans un contexte difficile. »

¹ A taux de change constant

<i>En M€ excepté les %</i>	T4 2017	T4 2018	Croissance des ventes à tcc	Croissance en données publiées	Exercice 2017	Exercice 2018	Croissance des ventes à tcc	Croissance en données publiées
Chiffre d'affaires par région								
France	100,2	98,3	-1,9%	-1,9%	376,8	374,9	-0,5%	-0,5%
EMEA ²	76,7	82,3	+7,2%	+7,2%	274,7	305,5	+12,0%	+11,2%
Americas ³	32,7	41,5	+25,7%	+26,8%	107,6	134,2	+30,4%	+24,7%
APAC	46,2	54,1	+18,2%	+17,1%	153,2	202,4	+36,0%	+32,2%
Chiffre d'affaires par marque								
Sandro	131,0	138,8	+6,1%	+5,9%	456,3	500,6	+11,4%	+9,7%
Maje	93,2	103,3	+10,9%	+10,8%	343,0	391,4	+15,9%	+14,1%
Claudie Pierlot	31,5	34,0	+7,9%	+7,8%	113,1	125,2	+11,1%	+10,7%
TOTAL	255,8	276,1	+8,1%	+7,9%	912,4	1 017,1	+13,0%	+11,5%

Chiffres non audités

CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL 2018

En 2018, le chiffre d'affaires consolidé a atteint 1 017,1 M€, en hausse de +13,0% à taux de change constant, conformément à l'objectif de croissance relevé pour l'exercice. La croissance du chiffre d'affaires intègre une progression solide sur une base comparable de +3,7%, en dépit de conditions de marché difficiles au quatrième trimestre. Le chiffre d'affaires annuel publié a progressé de +11,5%, incluant un effet de change négatif de -1,6% reflétant l'appréciation de l'euro.

Au cours de ces douze derniers mois, SMCP a réalisé 134 ouvertures nettes de magasins, dont 102 magasins opérés en propre, dépassant ainsi l'objectif annuel. Ces ouvertures concernent l'ensemble des régions internationales, avec 59 nouveaux points de vente en APAC, 49 en EMEA et 19 dans la région Amériques.

L'exercice 2018 a été en outre marqué par une accélération significative du digital, qui représente désormais 14,7% du chiffre d'affaires total, en constante progression depuis cinq ans.

CHIFFRE D'AFFAIRES DU QUATRIÈME TRIMESTRE 2018

Au quatrième trimestre 2018, le chiffre d'affaires consolidé a atteint 276,1 M€, en hausse de +8,1% à taux de change constant, démontrant la forte résilience du modèle économique dans un environnement difficile. Le chiffre d'affaires publié augmente de +7,9% et intègre un effet de change pratiquement neutre de -0,2%.

Répartition géographique du chiffre d'affaires

Au quatrième trimestre, SMCP a bénéficié d'un très bon momentum dans les régions Amériques et APAC, l'attrait et la notoriété de ses trois marques continuant de croître dans ces deux régions :

- **Dans la région Amériques**, le Groupe a enregistré une croissance très forte de son chiffre d'affaires (+25,7% à taux de change constant), dépassant ses attentes. Cette performance reflète notamment la solide exécution de la stratégie digitale aux États-Unis, avec un taux de pénétration désormais fermement ancré au-dessus de 25% du chiffre d'affaires, l'impact favorable du programme de rénovation de

² La région EMEA regroupe les activités 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 qu'au Moyen-Orient (notamment les Émirats Arabes Unis).

³ La région APAC regroupe les activités en Asie-Pacifique (notamment la Chine continentale, Hong Kong, la Corée du Sud, Singapour, la Thaïlande et l'Australie).

l'ensemble des « corners » Bloomingdale's lancé fin 2016, et le démarrage prometteur des récentes ouvertures de succursales.

- **En APAC**, le Groupe a enregistré une croissance forte à deux chiffres de +18,2% à taux de change constant, contre une base de comparaison élevée. Cette performance a été notamment portée par la Chine continentale qui a généré plus de 20% de croissance.

Dans le même temps, SMCP a fait preuve d'une solide résilience en Europe, malgré des conditions de marché exceptionnellement défavorables :

- **En France**, le chiffre d'affaires a reculé de -1,9%, affecté par les gilets jaunes qui a induit des fermetures de magasins et une baisse du trafic à partir de mi-novembre. Ce manque à gagner a été partiellement compensé par des ventes en ligne plus dynamiques.
- **Dans la région EMEA**, le chiffre d'affaires a progressé de +7,2% à taux de change constant, le climat anormalement chaud ayant retardé le passage aux collections Automne/Hiver dans la plupart des pays. De ce fait, la croissance du chiffre d'affaires a montré une amélioration progressive au cours du trimestre.

Répartition du chiffre d'affaires par marque

Sandro a enregistré une croissance de +6,1% de son chiffre d'affaires à taux de change constant, contre une base de comparaison élevée. La performance a été impactée par un climat anormalement chaud en Europe, les manteaux et autres vêtements d'extérieurs constituant un élément-clé de ses collections Automne/Hiver. Au cours de ces 12 derniers mois, Sandro a ouvert 37 magasins opérés en propre dans des emplacements-clés, tels que *Liberdade* (Lisbonne), *The Galleria* (Houston) et *MixC Shenzhen Bay* (Shenzhen).

Maje a publié un chiffre d'affaires en forte hausse de +10,9% à taux de change constant, la marque ayant bénéficié toute l'année de l'effet positif des initiatives lancées pour célébrer son 20^{ème} anniversaire. Au cours de ces 12 derniers mois, Maje a ouvert 42 magasins opérés en propre, dont un nouveau flagship sur *Regent Street* (Londres) et des emplacements-clés tels que *The Galleria* à Houston, *Seasons Place* à Pékin et *MixC* à Shenzhen.

Enfin, **Claudie Pierlot** a réalisé une solide performance, avec un chiffre d'affaires en hausse de +7,9% à taux de change constant, malgré une exposition plus importante au marché français. Au cours de ces 12 derniers mois, la marque a poursuivi son développement avec l'ouverture de 22 magasins opérés en propre, et une dynamique particulièrement importante à l'international où près de 17 nouveaux magasins opérés en propre ont été inaugurés, notamment à *Canary Wharf* à Londres, *China World* à Pékin et *MixC* à Shenzhen.

OBJECTIFS ANNUELS 2018

- Pour 2018, SMCP confirme l'objectif de marge d'EBITDA ajusté autour de 17%⁴
- Le Groupe publiera le 21 mars 2019 ses résultats annuels de l'exercice 2018 ainsi que ses objectifs pour l'exercice 2019.

⁴ Les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2018 ne sont pas encore arrêtés et seront arrêtés par le Conseil d'Administration le 20 mars 2019. Les résultats estimés indiqués n'ont pas été vérifiés à ce stade par les commissaires aux comptes

INDICATEURS FINANCIERS NON DEFINIS 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 ajusté correspond à l'EBITDA ajusté divisé par le chiffre d'affaires.

MÉTHODOLOGIE

Sauf mention contraire, les montants sont exprimés en millions d'euros et arrondis au million le plus proche. De façon générale, les valeurs présentées dans ce communiqué de presse sont arrondies à l'unité la plus proche. Par conséquent, la somme des montants arrondis peut présenter des écarts non significatifs par rapport au total reporté. Par ailleurs, les ratios et écarts sont calculés à partir des montants sous-jacents et non à partir des montants arrondis.

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).

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

Le support de présentation sera également disponible sur le site internet (www.smcp.com), à la section Finance.

À 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*. Présent dans 40 pays avec 1,466 points de vente, SMCP a généré un chiffre d'affaires d'1 milliard d'euros. 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 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).

CONTACT INVESTISSEUR

celia.deverlange@smcp.com
pauline.roubin@smcp.com

CONTACT PRESSE

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