

SMCP

sandro maje claudie pierlot



Deuxième trimestre 2018

Communiqué de presse – Paris, le 31 juillet 2018

UN NOUVEAU TRIMESTRE DE CROISSANCE FORTE CHIFFRE D’AFFAIRES EN HAUSSE DE +15,2 %¹ OBJECTIF DE CROISSANCE DU CHIFFRE D’AFFAIRES 2018 RELEVÉ

- Chiffre d’affaires du deuxième trimestre en hausse de +15,2 % à taux de change constant, à 241,3 M€ (+12,9 % en données publiées)
- Solide exécution des priorités stratégiques au cours du trimestre
- Forte croissance de +5,8 % du chiffre d’affaires à magasins comparables au S1 2018, à la fois portée par les ventes en magasins et la mise en œuvre réussie de la stratégie digitale (l’e-commerce atteint 14,3% du chiffre d’affaires total au S1 2018)
- Remarquable croissance des ventes à l’international, avec un chiffre d’affaires en hausse de +26,5 % à taux de change constant, contribuant à 64 % du chiffre d’affaires consolidé (+500 pb par rapport au T2 2017)
- Développement continu des points de vente avec 114 nouvelles ouvertures nettes au cours de ces 12 derniers mois ; 47 ouvertures POS au T2 2018
- Objectif de croissance du chiffre d’affaires 2018 relevé d’une fourchette comprise entre +11 % et + 13 % à taux de change constant, à plus de +13 % à taux de change constant. Objectif de marge d’EBITDA ajusté confirmé à environ 17 %.

A cette occasion, Daniel Lalonde, Directeur Général du Groupe SMCP a déclaré : « *Je suis très satisfait de la superbe performance réalisée au deuxième trimestre et au premier semestre. Je suis particulièrement ravi du chiffre d’affaires solide réalisé en e-commerce, qui atteste de l’excellente mise en œuvre de notre stratégie digitale. Avec une croissance à deux chiffres de l’ensemble des marques et des régions internationales, ce semestre démontre à nouveau la pertinence de notre modèle économique, la désirabilité mondiale de nos marques et de nos produits. Ces excellents résultats nous conduisent à relever notre objectif de croissance du chiffre d’affaires pour 2018 à plus de +13 %, à taux de change constant.* »

¹ A taux de change constant

CHIFFRE D'AFFAIRES DU PREMIER SEMESTRE 2018

<i>en M€ (excepté les %)</i>	T2 2017	T2 2018	Croissance des ventes à tcc ¹	Croissance en données publiées
Par région				
France	87,8	87,1	-0,7 %	-0,7 %
EMEA ²	64,9	73,5	+15,1 %	+13,3 %
Amériques	26,3	31,0	+27,1 %	+17,7 %
APAC ³	34,6	49,6	+47,7 %	+43,3 %
Par marque				
Sandro	105,3	118,1	+14,7 %	+12,1 %
Maje	82,4	94,1	+16,6 %	+14,2 %
Claudie Pierlot	25,9	29,0	+13,0 %	+12,1 %
TOTAL	213,6	241,3	+15,2 %	+12,9 %

<i>en M€ (excepté les %)</i>	S1 2017	S1 2018	Croissance des ventes à ttc ¹	Croissance en données publiées
Par région				
France	186,9	187,0	+0,0 %	+0,0 %
EMEA ²	129,4	145,4	+14,2 %	+12,4 %
Amériques	52,3	60,3	+28,3 %	+15,4 %
APAC ³	70,3	100,6	+50,9 %	+43,1 %
Par marque				
Sandro	217,1	242,9	+15,3 %	+11,9 %
Maje	167,9	189,7	+16,3 %	+13,0 %
Claudie Pierlot	53,9	60,7	+13,5 %	+12,6 %
TOTAL	438,9	493,3	+15,5 %	+12,4 %

Au deuxième trimestre 2018, le chiffre d'affaires consolidé a atteint 241,3 M€, en hausse de +15,2 % à taux de change constant. En données publiées, la progression s'établit à + 12,9 %, intégrant un impact négatif de -2,3 % des taux de change, principalement lié à l'évolution de l'euro par rapport au dollar et aux devises chinoises.

À magasins comparables, la croissance est restée dynamique au premier semestre à + 5,8 %. Cette très belle performance a été en partie alimentée par le dynamisme du réseau de magasins et par les résultats exceptionnels de la stratégie digitale, le chiffre d'affaires digital atteignant 14,3 % du total des ventes.

Au cours des 12 derniers mois, SMCP a ouvert 114 points de ventes, dont 86 opérés en propre. Cela inclut 47 ouvertures au T2 2018 avec notamment 22 ouvertures dans la région EMEA et 15 ouvertures dans la région APAC.

Ventes par région : fortes dynamiques régionales

En France, SMCP continue de gagner des parts de marché dans un environnement de marché difficile (baisse de de l'indice IFM de -1,7 % au T2 2018). Le Groupe a une nouvelle fois démontré sa résilience au cours du trimestre avec un chiffre d'affaires quasi stable à -0,7 %.

¹ A taux de change constant

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).

Dans la région EMEA, SMCP a affiché une croissance robuste avec des ventes en hausse de +15,1 % à taux de change constant, portée par le dynamisme de l'ensemble de ses marchés stratégiques et par un plan d'ouvertures de magasins soutenu, notamment en Italie et en Allemagne.

Dans la région Amériques, le Groupe enregistre une excellente performance ; la croissance des ventes a atteint +27,1 % à taux de change constant, portée par des taux de fréquentation et de conversion élevés dans les points de ventes du réseau, et par une progression exponentielle des ventes en ligne.

Dans la région APAC, la progression des ventes est remarquable, atteignant + 47,7 % à taux de change constant. Cette performance reflète d'une part les initiatives dans l'e-commerce et les activations en magasins réussies qui ont contribué à accroître la notoriété et la désirabilité des trois marques et d'autres parts un plan d'ouverture de magasins solide avec notamment trois nouvelles villes en Chine Continentale (Changchun, Zhengzhou et Changsha). La croissance a été soutenue tant en Chine continentale qu'à Hong Kong.

Chiffre d'affaires par marque : croissance à deux chiffres pour l'ensemble des marques

Sandro a réalisé une forte performance de +14,7 % à taux de change constant, portée par des tendances très dynamiques à l'international et une solide accélération du digital. Au cours des 12 derniers mois, Sandro a ouvert 33 points de vente gérés en propre, dans des villes-clés comme Stockholm (Suède), Miami (États-Unis), Zhengzhou (Chine) et Dubaï (Émirats arabes unis).

Maje a réalisé une bonne performance au deuxième trimestre, avec un chiffre d'affaires en progression de +16,6 % à taux de change constant, bénéficiant du succès des initiatives autour de son 20^{ème} anniversaire, qui ont contribué à renforcer la notoriété de la marque dans le monde. Au cours des 12 derniers mois, Maje a ouvert 33 magasins gérés en propre. Parmi ceux-ci, le 100^{ème} point de vente physique de SMCP en Chine (Pékin), ainsi que l'ouverture de magasins dans des villes de premier plan : Munich (Allemagne), Monaco (France), Miami (États-Unis) et Changsha (Chine).

Enfin, **Claudie Pierlot** a progressé de +13,0 % à taux de change constant au deuxième trimestre, poursuivant son développement à l'international. Au cours des 12 derniers mois, la marque a ouvert 23 nouveaux points de vente gérés en propre, avec une inauguration phare à Hong-Kong (Times Square) et d'autres ouvertures notables en Europe comme Zurich (Suisse) et Utrecht (Pays-Bas).

OBJECTIF DE CROISSANCE DES VENTES 2018 RELEVE
--

SMCP va poursuivre le déploiement de sa stratégie à long terme, en activant tous ses leviers de croissance. Cette croissance s'appuie notamment sur la croissance à magasins comparables, en développant son activité sur son cœur de métier et en accélérant l'expansion des accessoires, de l'homme et du digital, ainsi que sur l'expansion de son réseau de magasins sur ses marchés stratégiques à l'international.

« Pure player du retail » s'appuyant sur un modèle d'exécution unique, qui allie les codes du luxe et du « fast fashion », SMCP est idéalement positionné pour saisir les opportunités de croissance et continuer à gagner des parts de marché.

Pour 2018, SMCP a décidé de relever son objectif de croissance du chiffre d'affaires d'une fourchette comprise entre +11 % et + 13 % à taux de change constant, à plus de +13 % à taux de change constant. SMCP confirme, par ailleurs, son objectif de marge d'EBITDA ajusté à environ 17 %.

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. Ces charges étaient nulles en 2016 et s'élevaient à 1,9 million d'euros en 2017.

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.

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. À fin décembre 2017, les marques de SMCP sont présentes à travers 39 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 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

CONTACTS RELATIONS INVESTISSEURS

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

CONTACTS PRESSE

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

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).

CALENDRIER FINANCIER

- 4 septembre 2018 : résultats du premier semestre 2018

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.