

SMCP

sandro - maje - claudie pierlot - de fursac



Communiqué de presse - Paris, le 26 octobre 2020

SMCP - Journée Investisseurs 2020 Créer des marques globales, durables et phy-gitales

SMCP, acteur mondial du marché du luxe accessible avec un portefeuille de quatre marques parisiennes uniques, Sandro, Maje, Claudie Pierlot et De Fursac, tiendra demain matin sa journée investisseurs. Daniel Lalonde, Directeur général du Groupe et les membres de l'équipe de direction présenteront le plan stratégique et les objectifs financiers du Groupe pour la période 2020-2025.

Dans un contexte marqué par l'évolution rapide des tendances de consommation, accélérée par la pandémie actuelle, SMCP ouvre aujourd'hui un nouveau chapitre de son histoire, avec l'ambition de devenir un leader mondial du luxe accessible. En s'appuyant sur des fondamentaux uniques, quatre marques fortes et complémentaires ainsi que sur son *track-record*, le Groupe présentera sa feuille de route pour 2025, qui s'articule autour de quatre priorités stratégiques :

- **Renforcer l'attractivité et la désirabilité de ses marques partout dans le monde** en s'appuyant sur des ADN renforcés et plus marqués. Parmi les leviers sur lesquels SMCP compte s'appuyer, le Groupe va simplifier et optimiser la structure de ses collections afin d'accroître l'engagement de ses clients pour les produits non soldés et améliorer l'expérience en magasin. Plus important encore, le Groupe intensifiera ses investissements en marketing en mettant fortement l'accent sur les supports digitaux afin d'atteindre les nouvelles générations et les clients chinois.
- **Mettre en place le programme « One Journey », pour offrir une expérience client « sans frontière » entre le réseau physique et l'e-commerce**, en s'appuyant sur une connaissance à 360° de ses clients, un stock unifié et le déploiement de services omnicanaux. Fort de cette nouvelle approche, SMCP entend :
 - Investir en priorité en **APAC** afin de renforcer la présence de SMCP dans la zone géographique la plus dynamique du Groupe, en investissant dans le digital et en poursuivant son expansion dans de nouvelles villes chinoises-clés. D'ici 2025, la zone APAC devrait contribuer à 50 % de la croissance du Groupe.
 - Accélérer son plan d'optimisation en **France** pour revitaliser le *Like-for-Like*, afin de continuer de gagner des parts de marché et développer la croissance organique de l'e-commerce.
 - Compléter son réseau de magasins dans la zone **EMEA** de manière ciblée et accélérer la croissance organique de l'e-commerce.
 - Donner la priorité au digital et tirer parti de son implantation actuelle dans les principales villes d'**Amérique du Nord**.

- **Renforcer le *business model* du Groupe** grâce à une nouvelle organisation à l'échelle mondiale permettant la mise en œuvre d'une planification centralisée de la demande globale, en mettant à profit une chaîne d'approvisionnement agile et robuste ainsi qu'une plateforme IT renforcée. Cela conduira à une optimisation de ses stocks et à une augmentation des ventes non soldées.
- **Accélérer en matière de développement durable et contribuer au développement d'une mode éthique et responsable, avec un engagement fort autour des produits, de la planète et des personnes.** S'agissant des produits, des initiatives sont prises pour augmenter l'utilisation de matériaux éco-responsables, les audits fournisseurs seront renforcés pour garantir un approvisionnement éthique et de qualité et des actions au service de l'économie circulaire seront mises en place. Ces engagements, combinés à une réflexion sur le transport de marchandises, au développement de « *green stores* » et à la limitation des produits à usage unique contribuera à réduire l'impact carbone du Groupe. Enfin, SMCP impliquera l'ensemble de ses 6 700 entrepreneurs passionnés dans ces efforts, en favorisant l'inclusion et la diversité, le développement et la mobilité, et en mettant l'accent sur le bien-être au travail. Toutes ces initiatives seront mesurées via des engagements forts à horizon 2025.

Daniel Lalonde, Directeur général de SMCP, a déclaré : « *Nous opérons actuellement dans un environnement difficile et en constante évolution. Les tendances de marché que nous observons depuis plusieurs mois, notamment la demande croissante des clients chinois et des nouvelles générations, le virage digital avec une approche de plus en plus phy-gitale, ainsi qu'une conscience environnementale et sociale accrue, se sont fortement accélérées avec la pandémie de Covid-19. Les fondamentaux du Groupe nous permettront de transformer ces changements en opportunités de croissance. C'est pourquoi nous avons élaboré un plan stratégique solide qui s'appuie sur quatre priorités : la désirabilité des marques, une stratégie phy-gitale, une plateforme renforcée et l'engagement RSE. Avec ce plan, nous visons à accroître notre exposition en Asie qui deviendra la première région du Groupe en 2025, tandis que le digital devrait atteindre 25 % de nos ventes cette même année. Nous sommes convaincus que ce plan nous permettra de faire de SMCP un leader mondial du marché du luxe accessible et je suis impatient de voir les premiers résultats de sa mise en œuvre dans les années à venir. Savoir saisir les tendances de marché est essentiel à notre succès et l'ensemble des équipes sont pleinement engagées dans cette stratégie.* »

Sur la base de ce nouveau plan stratégique, SMCP a établi les objectifs à moyen et long terme suivants :

Sur le plan de la RSE, SMCP a pris des engagements forts, dont :

- Un approvisionnement éthique, avec 100% des fournisseurs¹ du Groupe audités d'ici 2025
- Une utilisation de plus de 60 % de matériaux et produits durables en 2025, contre 27 % aujourd'hui
- Une empreinte carbone réduite : -20% d'émissions de CO₂ d'ici 2025 (sur l'ensemble du périmètre)

Sur le plan financier² :

- Chiffre d'affaires :
 - Plus de 10 % de croissance du chiffre d'affaires à taux de change constant en 2023 par rapport à 2019
 - Un taux de croissance annuel moyen du chiffre d'affaires à taux de change constant supérieur à 6 % entre 2023 et 2025

¹ Fournisseurs stratégiques (soit 80% de la production)

² En prenant l'hypothèse d'une amélioration progressive du contexte de crise sanitaire à partir du second semestre 2021

- Marge d'EBIT ajusté :
 - Autour de 10,5% en 2023
 - Plus de 12,0% en 2025

- Levier d'endettement (ratio dette nette/EBITDA ajusté¹) : inférieur à 2x en décembre 2023

Ces objectifs financiers sont construits sur les hypothèses suivantes :

- Un *Like-for-Like* contribuant à hauteur de 50% de la croissance organique totale du chiffre d'affaires par an
- Une pénétration digitale de 25% du chiffre d'affaires en 2025
- Une expansion du parc de magasins (DOS) :
 - 2020 : environ 20 ouvertures nettes
 - 2021-2025 : entre 30 et 50 ouvertures nettes par an

AVERTISSEMENT : DECLARATIONS PROSPECTIVES

Ce communiqué de presse 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, incluant ceux liés à l'épidémie actuelle du Covid-19, en conséquence desquels les résultats réels pourraient différer sensiblement de ceux énoncés par ces déclarations prospectives. Par conséquent, aucune garantie n'est donnée sur le fait que ces projections se réaliseront ou que les objectifs de résultats seront atteints.

Ces risques et incertitudes incluent ceux présentés et détaillés au Chapitre 3 « Facteurs de risques » du Document d'Enregistrement Universel de la Société déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 30 avril 2020 et qui est disponible sur le site Internet de SMCP (www.smcp.com)

Ce communiqué de presse 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 communiqué de presse. 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 communiqué de presse ou de toute information y figurant.

À PROPOS DE SMCP

SMCP est un acteur mondial du marché du luxe accessible avec un portefeuille de quatre marques parisiennes uniques Sandro, Maje, Claudie Pierlot et De Fursac. Présent dans 41 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

¹ Hors IFRS 16

la direction artistique. Claudie Pierlot et De Fursac ont été acquises par SMCP respectivement en 2009 et 2019. SMCP est coté sur le marché règlementé d'Euronext (compartiment A, ISIN FR0013214145, Code Mnémonique : SMCP).

CONTACTS

INVESTISSEURS/PRESSE

SMCP

Célia d'Everlange

+33 (0) 1 55 80 51 00

celia.deverlange@smcp.com

PRESSE

BRUNSWICK

Hugues Boëton
Tristan Roquet Montegon

+33 (0) 1 53 96 83 83

smcp@brunswickgroup.com