

SMCP

sandro • maje • claudie pierlot • fursac



Ventes T3 2024

Communiqué - Paris, le 29 octobre 2024

Performance du T3 portée par l'Europe et les Etats-Unis Environnement toujours complexe en Chine

- **Chiffre d'affaires de 293 M€ au troisième trimestre**, en baisse de -0,9% en organique¹ par rapport au chiffre d'affaires du T3 2023 de 295 M€
 - Croissance des ventes de +3.1% en organique hors Chine, avec une bonne résilience des ventes en Amérique et en Europe (malgré un effet négatif des Jeux Olympiques sur le commerce à Paris)
 - Amélioration de la tendance en septembre, en particulier en France et en Europe
 - Poursuite de la réduction du taux moyen de discount, en baisse de deux points par rapport au T3 2023
- **Chiffre d'affaires sur les neuf premiers mois** de 878 M€, en baisse de -2.7% en organique par rapport à la même période en 2023 de 905 M€ ; hors Chine, les ventes sont en croissance de +1.4% en organique
 - Bonne performance de Sandro et Maje dans tous les marchés hors Chine
- **Poursuite de l'optimisation du réseau de magasins** avec 35 fermetures nettes sur le trimestre, principalement en Asie et chez Claudie Pierlot en Europe, pour atteindre 1 666 points de vente
- Poursuite du **plan d'action à moyen terme** d'économies de coûts et de relance de la croissance rentable

Isabelle Guichot, Directeur général de SMCP, commente : « *Comme nous l'anticipions, notre croissance s'est progressivement améliorée au troisième trimestre, mais reste impactée par le contexte dégradé en Chine. En France, nous affichons une performance résiliente, et ce malgré l'impact des Jeux Olympiques en juillet et août. Nous enregistrons également une performance solide dans le reste de l'Europe, grâce à la poursuite de notre politique stricte de taux de discount, et dans la région Amérique où l'environnement économique reste toutefois volatil. Dans ce contexte, nous avons poursuivi la mise en œuvre de notre plan d'action (en particulier en Chine), et avons notamment réalisé des progrès significatifs dans la poursuite du plan d'optimisation du réseau de magasins, ainsi que dans les renégociations avec nos bailleurs. Les équipes du Groupe sont pleinement engagées dans la poursuite du plan d'action initié en début d'année, visant à stimuler notre croissance tout en veillant à notre solidité financière et en protégeant notre rentabilité. Nous sommes confiants quant à l'obtention de premiers résultats tangibles dès 2025. »*

¹ Croissance organique | Toutes références à "la performance organique" dans le présent communiqué correspondent à la croissance du chiffre d'affaires à taux de change et périmètre constants

CHIFFRE D'AFFAIRES

M€	T3 2023	T3 2024	Variation organique	Variation en données publiées	9M 2023	9M 2024	Variation organique	Variation en données publiées
Chiffre d'affaires par région								
France	97,5	97,8	+0,4%	+0,4%	301,4	300,3	-0,4%	-0,4%
EMEA hors France	96,5	102,0	+5,4%	+5,8%	285,6	293,8	2,3%	2,9%
Amérique	42,7	45,0	+6,6%	+5,4%	123,0	129,8	6,1%	5,6%
Asie Pacifique	58,2	47,7	-18,6%	-18,0%	194,7	153,9	-19,5%	-20,9%
Chiffre d'affaires par marque								
Sandro	143,3	145,3	+1,3%	+1,4%	438,8	437,6	0,0%	-0,3%
Maje	112,4	113,1	+0,5%	+0,7%	340,9	332,0	-2,3%	-2,6%
Autres marques ¹	39,2	34,1	-13,1%	-13,0%	125,0	108,2	-13,6%	-13,4%
TOTAL	294,9	292,6	-0,9%	-0,8%	904,7	877,9	-2,7%	-3,0%

¹ Marques Claudie Pierlot et Fursac

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR REGION

En **France**, les ventes s'élevèrent à 300 M€ sur les neuf premiers mois de l'année et sont quasi stables (-0.4%) par rapport à 2023. Le chiffre d'affaires du troisième trimestre (+0.4% vs T3 2023) a été nettement affecté en juillet et en août par l'organisation des Jeux Olympiques, en particulier à Paris, avec un flux touristique concentré sur quelques semaines seulement, doublé d'une baisse de fréquentation des consommateurs locaux. La tendance de consommation et le trafic sont toutefois en nette amélioration depuis le début du mois de septembre. Par ailleurs, les nouvelles collections Automne/Hiver reçoivent un très bon accueil et la saison a bien démarré, en particulier pour Sandro et Maje. Le réseau de points de vente compte sept fermetures nettes pendant le trimestre, en particulier chez Claudie Pierlot.

Dans la région **EMEA**, les ventes atteignent 294 M€ à fin septembre, en progression organique de +2,3% par rapport à 2023. La croissance s'accélère au troisième trimestre (+5,4% vs T3 2023) de façon homogène tant dans les pays du Nord que du Sud de l'Europe, et bénéficie de la poursuite du contrôle de l'activité promotionnelle. L'environnement de consommation, peu porteur au T3 2023, s'améliore. Les principaux marchés opérés en direct ont enregistré une performance positive à périmètre comparable. En ce qui concerne les partenaires, la tendance a conservé une dynamique favorable, notamment au Moyen-Orient.

La région enregistre 15 fermetures nettes sur le trimestre (notamment chez Claudie Pierlot, ainsi que quelques relocalisations en cours).

En **Amérique**, les ventes de 130 M€ sur les neuf premiers mois de l'année enregistrent une progression organique de +6,1% par rapport à 2023. La bonne résilience du chiffre d'affaires s'est poursuivie au troisième trimestre (+6.6% vs T3 2023) malgré un environnement difficile. Aux États-Unis, les deux marques, Sandro et Maje, ont affiché une tendance positive homogène, ce qui a conduit à un solide troisième trimestre. Enfin, le Mexique a connu une forte croissance au cours de ce trimestre.

Le réseau de points de vente compte cinq fermetures nettes pendant le trimestre.

En **APAC**, les ventes atteignent 154 M€ à fin septembre, en repli de -19,5% en organique par rapport à 2023. La tendance du trimestre est similaire (T3 2024 -18,6% vs T3 2023).

En Chine, les ventes du troisième trimestre continuent d'être affectées par un environnement très dégradé et une baisse du trafic. Dans ce contexte où la confiance des consommateurs reste faible, SMCP poursuit son plan d'action notamment avec des initiatives immédiates comme les négociations avec les bailleurs et l'optimisation du parc de magasins. Le Groupe reste néanmoins pleinement confiant quant au potentiel du marché chinois, et met en place des initiatives pour saisir les opportunités lorsque la demande reprendra.

Dans le reste de l'Asie, les ventes sont restées résilientes, avec une tendance positive notamment en Malaisie et en Thaïlande, et qui s'améliore en Corée du Sud.

Le réseau de points de vente de la région enregistre huit fermetures nettes pendant le trimestre dont dix en Chine, conformément au plan d'action annoncé.

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

Dans un environnement macro-économique qui reste complexe et incertain, SMCP continue de se concentrer sur l'exécution de son plan d'action au service de la solidité financière et du soutien à la croissance future.

Comme prévu, le Groupe a poursuivi au troisième trimestre le réajustement de son réseau, ainsi que l'accélération de l'activité *Retail partners*, dont les effets s'intensifieront au cours des prochains trimestres (ouverture imminente des premiers points de vente en Inde, poursuite du développement en cours en Asie du Sud-Est notamment).

Le Groupe garde comme objectif une gestion saine du cash et de la dette, via l'optimisation des dépenses mais aussi grâce à un pilotage fin des stocks.

CALENDRIER FINANCIER

27 février 2025 – Publication des résultats 2024

29 avril 2025 – Publication des ventes du premier trimestre 2025

12 juin 2025 – Assemblée Générale

<p>Une conférence téléphonique à destination des investisseurs et des analystes sera tenue, ce jour, par Isabelle Guichot, Directeur Général, et Patricia Huyghues Despointes, Directeur Financier, à partir de 9h00 (heure de Paris). Le support de la présentation sera également disponible sur le site Internet (www.smcp.com), section Finance.</p>
--

MÉTHODOLOGIE

Sauf mention contraire, les montants sont exprimés en millions d'euros et arrondis à un chiffre après la virgule. 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 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 2 « Facteurs de risques et contrôle interne » du Document d'Enregistrement Universel de la Société déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 5 avril 2024 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.

ANNEXES

Répartition des points de ventes par région

Répartition des DOS	T3-23	2023	S1-24	T3-24	Variation T3-24	Variation 2024
<u>Par région</u>						
France	463	470	475	468	-7	-2
EMEA	401	411	406	395	-11	-16
Amérique	171	176	180	173	-7	-3
Asie Pacifique	314	316	280	270	-10	-46
<u>Par marque</u>						
Sandro	583	591	579	565	-14	-26
Maje	485	490	479	472	-7	-18
Claudie Pierlot	206	210	201	190	-11	-20
Fursac	75	82	82	79	-3	-3
Total DOS	1 349	1 373	1 341	1 306	-35	-67

Répartition des POS	T3-23	2023	S1-24	T3-24	Variation T3-24	Variation 2024
<u>Par région</u>						
France	464	471	475	468	-7	-3
EMEA	540	555	546	531	-15	-24
Amérique	209	215	221	216	-5	+1
Asie Pacific	491	489	459	451	-8	-38
<u>Par marque</u>						
Sandro	765	775	764	749	-15	-26
Maje	633	640	628	622	-6	-18
Claudie Pierlot	231	233	226	215	-11	-18
Fursac	75	82	83	80	-3	-2
Total POS	1 704	1 730	1 701	1 666	-35	-64
dont partenaires POS	355	357	360	360	-	+3

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 Fursac. Présent dans 48 pays, le groupe comprend un réseau de plus de 1 600 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 la direction artistique. Claudie Pierlot et Fursac ont été acquises par SMCP respectivement en 2009 et 2019. SMCP est coté sur le marché réglementé d'Euronext (compartiment A, ISIN FR0013214145, Code Mnémonique : SMCP).

CONTACTS

INVESTISSEURS/PRESSE

SMCP

Amélie Dernis
+33 (0) 1 55 80 51 00
amelie.dernis@smcp.com

BRUNSWICK

Hugues Boëton +33 6 79 99 27 15
Tristan Roquet Montegon +33 6 37 00 52 57
smcp@brunswickgroup.com