

# SMCP

sandro · maje · claudie pierlot · de fursac



**Chiffre d'affaires annuel 2020**  
Communiqué - Paris, le 29 janvier 2021

**Chiffre d'affaires annuel impacté par la pandémie de la COVID-19**  
**Partiellement compensé par la reprise en Chine et la croissance du digital**  
**Gestion rigoureuse des coûts et de la trésorerie**

- Chiffre d'affaires annuel : 873,0M€, en baisse de -23,9% en organique
- Reprise forte de l'activité en Chine Continentale depuis juin : +3,4%<sup>1</sup> en 2020 (dont +24,5%<sup>1</sup> au S2 2020)
- Forte performance du e-commerce<sup>2</sup>: +27,6%, dont +43,1% au T4 2020
- Ouvertures sélectives de magasins : +12 ouvertures nettes (DOS) contre +90 DOS en 2019
- Gestion rigoureuse des coûts et de la trésorerie

**Daniel Lalonde, Directeur général de SMCP, commente :** *“Comme attendu, nos ventes ont été affectées par de nouvelles mesures de confinement au cours du quatrième trimestre. Néanmoins, la reprise de l'activité en Chine depuis le mois de juin et la bonne gestion de nos coûts et de notre trésorerie nous ont permis de limiter l'impact de la crise. Je tiens à exprimer ma gratitude envers toutes nos équipes qui ont été pleinement mobilisées et qui ont fait un travail remarquable cette année. Elles ont mis en œuvre de nombreuses initiatives et donné vie à notre nouveau plan stratégique. Au cours du dernier trimestre, nous avons notamment accéléré dans la mise en œuvre de notre feuille de route digitale, avec le lancement de nouveaux services omnicanaux et dans notre engagement auprès des millénials, en particulier en Chine. Je suis convaincu que notre plan permettra à SMCP de répondre aux défis du nouveau monde.*

<sup>1</sup> Croissance organique du chiffre d'affaires excluant les éléments exceptionnels liés aux opérations de liquidation du T4 2019 (5M€ environ)

<sup>2</sup> En prenant en compte la nouvelle méthode comptable de comptabilisation des retours aux USA

<i>Chiffres non audités CA en M€ hors %</i>	T4 2019	T4 2020	Variation organique	Variation en données publiées	2019	2020	Variation organique	Variation en données publiées
<b>Chiffre d'affaires par région</b>								
France	109,2	88,9	-18,6%	-18,6%	384,6	311,3	-23,1%	-19,0%
EMEA <sup>1</sup>	91,4	60,6	-33,3%	-33,6%	337,6	237,1	-30,1%	-29,8%
Amériques	45,7	31,5	-27,0%	-31,0%	150,4	93,1	-36,8%	-38,1%
APAC <sup>2</sup>	70,8	70,9	+1,9%	+0,1%	259,2	231,4	-9,5%	-10,7%
<b>Chiffre d'affaires par marque</b>								
Sandro	155,8	121,1	-21,1%	-22,3%	551,6	414,3	-24,4%	-24,9%
Maje	117,6	98,5	-14,9%	-16,2%	438,2	336,8	-22,7%	-23,2%
Autres marques <sup>3</sup>	43,6	32,3	-25,8%	-26,0%	142,1	121,9	-25,9%	-14,2%
<b>TOTAL</b>	<b>317,0</b>	<b>251,9</b>	<b>-19,4%</b>	<b>-20,5%</b>	<b>1 131,9</b>	<b>873,0</b>	<b>-23,9%</b>	<b>-22,9%</b>

### CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL 2020

En 2020, le chiffre d'affaires consolidé s'est établi à 873,0 M€, en baisse de -23,9% en organique. En données publiées, le chiffre d'affaires a reculé de -22,9%, intégrant un effet de change négatif de -0,4% et une contribution de la marque De Fursac à hauteur de +1,5%. Cette performance reflète une baisse de -28,6% en *like-for-like*.

Au cours de ces 12 derniers mois, SMCP a réalisé +12 ouvertures nettes de magasins opérés en propre (DOS). Cela inclut +12 ouvertures nettes en APAC, +2 en EMEA et +7 dans la région Amériques. En parallèle, le Groupe a poursuivi l'optimisation de son réseau de distribution en France, avec -9 fermetures nettes (DOS).

L'année 2020 a également été marquée par une forte accélération du chiffre d'affaires e-commerce (+27,6%), permettant de compenser partiellement l'impact de la crise. Au cours de cette période, le Groupe a continué d'innover et de tester de nouveaux formats afin de renforcer le canal e-commerce tels que le *live streaming* ou le *Virtual shopping*. Le Groupe a également progressé dans la mise en œuvre de son programme "*one Journey*" avec le lancement de nouveaux services omnicanaux tels que le *ship from store* en France pour Sandro et Maje ou le *Call & collect* en Europe.

### CHIFFRE D'AFFAIRES DU QUATRIÈME TRIMESTRE 2020

Au quatrième trimestre 2020, le chiffre d'affaires consolidé a atteint 251,9 M€, en recul de -19,4% en organique, notamment impacté par de nouvelles fermetures de magasins en novembre et en décembre en Europe. En données publiées, le chiffre d'affaires a baissé de -20,5%, intégrant un effet de change négatif de -1,1%. Au cours du trimestre, le Groupe a généré une croissance e-commerce de +43,1%, portée par les nombreuses initiatives mises en œuvre. En parallèle, l'accessoire a enregistré un taux de pénétration élevé de 11,4%, notamment soutenu par des initiatives réussies comme la mise en avant d'une gamme de petite maroquinerie, propice à la période de Noël, le succès de la déclinaison du sac M chez Maje ou du sac Yza chez Sandro.

<sup>1</sup> 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)

<sup>2</sup> La région APAC regroupe les activités en Asie-Pacifique (notamment la Chine continentale, Hong Kong SAR, la Corée du Sud, Singapour, la Thaïlande et l'Australie).

<sup>3</sup> Marques Claudie Pierlot et De Fursac

## Répartition géographique du chiffre d'affaires

---

**En France**, le chiffre d'affaires a reculé de -18,6% en organique, impacté par un mois de confinement en novembre et un trafic encore faible au mois de décembre, pénalisé par de nouvelles mesures de restriction et un tourisme inexistant. Dans l'intervalle, l'e-commerce a enregistré une performance exceptionnelle à + 78,4%, soutenue par une solide activité lors du *Black Friday* et des promotions sur des collections passées. Au cours du trimestre, le Groupe a poursuivi le plan d'optimisation de son réseau et enregistre une fermeture nette.

**En Europe**, le chiffre d'affaires a baissé de -33,3% en organique, impacté par de nouvelles fermetures de magasins dans des pays-clés à partir du mois de novembre (notamment le Royaume-Uni, l'Allemagne et les Pays-Bas), ainsi que par la baisse continue du tourisme. Cette performance est restée contrastée selon les pays : alors que la Suisse et l'Allemagne ont montré une relative résilience, l'Italie, le Royaume-Uni et l'Espagne sont restés les plus touchés par la pandémie. En parallèle, le Groupe a enregistré une croissance forte à deux chiffres de ses ventes e-commerce (+26,4%). Au cours du trimestre, Sandro, Maje et Claudie Pierlot ont ouvert à Porto (Portugal) tandis que De Fursac a ouvert au Luxembourg.

Dans la région **Amériques**, le chiffre d'affaires a reculé de -27,0% en organique, également affecté par de nouvelles mesures de restriction des magasins au Canada et dans des régions-clés des États-Unis (notamment la Californie). Parallèlement, le e-commerce a affiché une croissance forte<sup>1</sup> (+ 39,6%).

En **APAC**, le chiffre d'affaires a progressé de +1,9% en organique et de +9,2% en excluant les éléments exceptionnels du T4 2019. Cette performance est principalement portée par la **Chine continentale** (+ 21,0% hors éléments exceptionnels). Celle-ci a été principalement soutenue par le réseau de magasins physiques et intègre une croissance *Like-for-Like* de +12,6%. De son côté, le e-commerce a affiché une performance stable, reflétant une base de comparaison élevée ainsi que la forte réduction du taux de démarque décidée par le Groupe malgré un marché de plus en plus promotionnel. En parallèle, le **reste de l'Asie** a été impacté par de nouvelles mesures de restriction en décembre dans plusieurs pays (Corée du Sud, Singapour et Australie). Les marchés de Hong-Kong SAR et Macao SAR sont restés difficiles alors que les mesures de restriction pèsent sur le tourisme. Enfin, Taiwan a continué de générer une solide performance. Au cours du trimestre, SMCP s'est implanté au Vietnam avec l'ouverture de Sandro et Maje à Ho Chi Minh ville.

Une conférence téléphonique à destination des investisseurs et des analystes sera tenue, ce jour, par Daniel Lalonde, Directeur Général et Patrica 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](http://www.smcp.com)), section Finance.

### CALENDRIER FINANCIER

- 24 mars 2021 – Résultats annuels 2020

---

<sup>1</sup> En prenant en compte la nouvelle méthode comptable de comptabilisation des retours aux USA

ANNEXES

Répartition des DOS

Nombre de DOS	2019	T1-20	T2-20	T3-20	2020	Variation annuelle	Variation T4-20
<b><u>Par région</u></b>							
France	528	522	524	520	519	-9	-1
EMEA	413	413	415	414	415	+2	+1
Amériques	162	164	164	167	169	+7	+2
APAC	219	217	221	229	231	+12	+2
<b><u>Par marque</u></b>							
Sandro	550	554	555	559	560	+10	+1
Maje	444	443	448	451	452	+8	+1
Claudie Pierlot	224	222	223	219	220	-4	+1
Suite 341	44	38	38	38	38	-6	-
De Fursac	60	59	60	63	64	+4	+1
<b>Total DOS</b>	<b>1 322</b>	<b>1 316</b>	<b>1 324</b>	<b>1 330</b>	<b>1 334</b>	<b>+12</b>	<b>+4</b>

Répartition des POS

Nombre de POS	2019	T1-20	T2-20	T3-20	2020	Variation annuelle	Variation T4-20
<b><u>Par région</u></b>							
France	530	522	524	520	519	-11	-1
EMEA	535	531	534	531	546	+11	+15
Amériques	189	191	193	187	193	+4	+6
APAC	386	388	399	406	419	+33	+13
<b><u>Par marque</u></b>							
Sandro	707	711	716	714	730	+23	+16
Maje	577	576	587	584	596	+19	+12
Claudie Pierlot	250	248	249	245	249	-1	+4
Suite 341	44	38	38	38	38	-6	-
De Fursac	62	59	60	63	64	+2	+1
<b>Total POS</b>	<b>1 640</b>	<b>1 632</b>	<b>1 650</b>	<b>1 644</b>	<b>1 677</b>	<b>+37</b>	<b>+33</b>
<b>dont partenaires POS</b>	<b>318</b>	<b>316</b>	<b>326</b>	<b>314</b>	<b>343</b>	<b>+25</b>	<b>+29</b>

## INDICATEURS FINANCIERS NON DÉFINIS 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 à la même période, l'année passée, 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).

### ***Croissance organique du chiffre d'affaires***

La croissance organique du chiffre d'affaires correspond au total des ventes d'une période donnée par rapport à la même période de l'année précédente. Elle est exprimée en pourcentage de variation entre les deux périodes, et est présentée à taux de change constants (les ventes pour la période N et la période N-1 en devises étrangères sont converties au taux moyen de l'année N-1) et hors effets de périmètre, c'est-à-dire en excluant l'acquisition de De Fursac.

\*\*\*

## 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 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](http://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 a réalisé près de 900 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2020. 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 De 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

Célia d'Everlange

+33 (0) 1 55 80 51 00

[celia.deverlange@smcp.com](mailto:celia.deverlange@smcp.com)

### **PRESSE**

BRUNSWICK

Hugues Boëton  
Tristan Roquet Montegon

+33 (0) 1 53 96 83 83

[smcp@brunswickgroup.com](mailto:smcp@brunswickgroup.com)