

# SMCP

sandro - maje - claudie pierlot - de fursac



Troisième trimestre 2020

Communiqué - Paris, le 26 Octobre, 2020

## Chiffre d'affaires T3 2020

### Amélioration séquentielle portée par la reprise en Chine continentale

- Chiffre d'affaires T3 2020 en baisse de -9,5% en données publiées ; -10,6% en organique<sup>1</sup>
- Croissance *like-for-like* à deux chiffres au T3 en Chine Continentale (+29,6% en organique)
- Forte croissance de l'e-commerce (+27.6%<sup>2</sup>), porté par l'ensemble des régions
- Ouvertures sélectives : +6 ouvertures nettes (DOS) au T3 2020, dont 4 fermetures nettes en France

**Daniel Lalonde, Directeur général de SMCP, commente :** « *La performance du troisième trimestre est encourageante. Je suis particulièrement satisfait de nos chiffres en Chine Continentale, qui sera, sans aucun doute, un moteur-clé de notre croissance future. Cependant, l'intensification de la pandémie de Covid-19 dans le monde, limite encore la visibilité. Aussi, nous demeurons prudents quant aux trimestres à venir. Je reste toutefois confiant dans la solidité de nos fondamentaux et notre capacité à traverser cette crise. Je suis impatient de vous présenter demain notre stratégie qui nous permettra de relever les défis de demain et de saisir les opportunités de croissance liées à l'évolution des tendances observées dans le monde.* »

---

<sup>1</sup> 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, c'est-à-dire en excluant l'acquisition de De Fursac

<sup>2</sup> Hors De Fursac

Chiffres non audités CA en M€ hors %	T3 2019	T3 2020	Variation organique	Variation en Données publiées	9 mois 2019	9 mois 2020	Variation organique	Variation en données publiées
<b>Chiffre d'affaires par région</b>								
France	91,8	89,5	-8,3%	-2,6%	275,4	222,5	-25,4%	-19,2%
EMEA <sup>1</sup>	87,5	69,8	-20,6%	-20,1%	246,3	176,5	-28,9%	-28,3%
Ameriques	36,0	23,4	-32,2%	-35,1%	104,8	61,6	-41,0%	-41,2%
APAC <sup>2</sup>	59,2	65,7	13,8%	10,9%	188,5	160,6	-13,8%	-14,8%
<b>Chiffre d'affaires par marque</b>								
Sandro	133,4	116,2	-11,8%	-12,9%	395,8	293,3	-25,7%	-25,9%
Maje	108,3	98,8	-7,7%	-8,8%	320,6	238,3	-25,5%	-25,7%
Autres marques <sup>3</sup>	32,9	33,4	-15,4%	1,5%	98,5	89,6	-27,1%	-8,9%
<b>TOTAL</b>	<b>274,5</b>	<b>248,4</b>	<b>-10,6%</b>	<b>-9,5%</b>	<b>814,9</b>	<b>621,2</b>	<b>-25,8%</b>	<b>-23,8%</b>

Au troisième trimestre 2020, le chiffre d'affaires consolidé a atteint 248,4 millions d'euros, en baisse de -10,6% en organique. En données publiées, le chiffre d'affaires a reculé de -9,5%, intégrant un effet de change négatif de -1,0% (principalement dans les régions Amériques et APAC) et une contribution positive de la marque De Fursac à hauteur de +2,0%. Cette performance traduit une amélioration séquentielle du chiffre d'affaires par rapport au T2 2020. Au cours du trimestre, le trafic en magasins est resté faible en raison de l'absence persistante du tourisme, mais le Groupe a enregistré des taux de conversion solides. Par ailleurs, SMCP a partiellement compensé l'impact de la crise par une bonne performance du e-commerce<sup>4</sup> (+ 27,6% de croissance).

Au cours de ces 12 derniers mois, les ouvertures nettes de SMCP se sont élevées à +38 magasins opérés en propre (DOS) dont +6 ouvertures nettes au T3 2020. Cela comprend +20 ouvertures nettes dans la région APAC, +17 en EMEA et +11 dans la région Amériques. Parallèlement, le Groupe a poursuivi l'optimisation de son réseau en France (-10 DOS).

### Répartition du chiffre d'affaires par région et par marque

**En France**, le chiffre d'affaires a reculé de -8,3% en organique, soulignant une forte amélioration de ses ventes par rapport au T2 2020. Au cours du trimestre, la bonne résistance de la clientèle domestique (en particulier hors de Paris) a partiellement compensé l'impact persistant de la crise sur le tourisme. Le mois d'août a enregistré une bonne performance, notamment soutenue par des effets calendaires positifs liés au décalage des soldes d'été qui ont été repoussés de trois semaines par rapport à 2019. Dans l'intervalle, le e-commerce a continué de générer une croissance forte à deux chiffres<sup>4</sup>. Enfin, le Groupe a poursuivi son plan d'optimisation avec -4 fermetures nettes.

**En Europe**, le chiffre d'affaires a reculé de -20,6% en organique, soulignant également une nette amélioration par rapport au T2 2020. Cette performance est toutefois contrastée selon les pays. Alors que l'Allemagne, l'Europe du Nord et la Russie ont démontré une bonne résilience, l'Italie, le Royaume-Uni et l'Espagne restent les plus touchés. En parallèle, le Groupe a généré une croissance forte à deux chiffres de ses ventes e-commerce<sup>4</sup>. Enfin, SMCP a enregistré -1 fermeture nette comprenant -5 fermetures en Suisse résultant de la décision d'un grand magasin de réduire son réseau.

<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, la Corée du Sud, Singapour, la Thaïlande et l'Australie).

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

<sup>4</sup> Hors De Fursac

**Dans la région Amériques**, le chiffre d'affaires a baissé de -32,2% en organique. Malgré une nette amélioration séquentielle par rapport au T2 2020, l'Amérique du Nord demeure la région la plus touchée par la crise sanitaire, SMCP étant principalement positionné dans les Etats de New York, Floride et Californie, les plus impactés. En parallèle, le e-commerce a généré une croissance à deux chiffres<sup>1</sup>.

**Dans la région APAC**, le chiffre d'affaires a progressé de +13.8% en organique, soulignant une amélioration constante tout au long du trimestre. Cette performance est principalement tirée par la Chine Continentale (+ 29,6% de croissance organique dont une croissance *like-for-like* à deux chiffres) à la fois dans les magasins physiques et dans le digital. Le e-commerce a généré une croissance forte à deux chiffres au troisième trimestre 2020, notamment soutenue par des opérations réussies avec T-Mall. Dans le reste de l'Asie, SMCP a enregistré des tendances contrastées. Si la Corée du Sud et Taïwan ont affiché une forte croissance, les conditions de marché demeurent difficiles à Hong-Kong, Macao et Singapour. Celles-ci s'améliorent toutefois progressivement.

Un webcast à destination des investisseurs et des analystes sera diffusé demain à partir de 9h00 jusqu'à environ 12h30 (heure de Paris). L'équipe de direction présentera la stratégie de SMCP et ses prochaines étapes. Elle reviendra également sur les éléments-clés du T3 2020.

Les supports des présentations seront également disponibles sur le site Internet ([www.smcp.com](http://www.smcp.com)), section Finance.

#### CALENDRIER FINANCIER

- 27 octobre 2020 – Update stratégique

---

<sup>1</sup> Avec application de la nouvelle méthode comptable sur le traitement des retours

ANNEXES

Répartition des DOS

Nombre de DOS	T3-19	2019	S1-20	T3-20	Var T3 20 vs. T2 20	Var T3 20 vs. 2019	Var T3 20 vs. T3 19
<b><u>Par région</u></b>							
France	530	528	524	520	-4	-8	-10
EMEA	397	413	415	414	-1	+1	+17
Amériques	156	162	164	167	+3	+5	+11
APAC	209	219	221	229	+8	+10	+20
<b><u>Par marque</u></b>							
Sandro	536	550	555	559	+4	+9	+23
Maje	435	444	448	451	+3	+7	+16
Claudie Pierlot	220	224	223	219	-4	-5	-1
Suite 341	44	44	38	38	-	-6	-6
De Fursac	57	60	60	63	+3	+3	+6
<b>Total DOS</b>	<b>1 292</b>	<b>1 322</b>	<b>1 324</b>	<b>1 330</b>	<b>+6</b>	<b>+8</b>	<b>+38</b>

Répartition des POS

Nombre de POS	T3-19	2019	S1-20	T3-20	Var T3 20 vs. T2 20	Var T3 20 vs. 2019	Var T3 20 vs. T3 19
<b><u>Par région</u></b>							
France	532	530	524	520	-4	-10	-12
EMEA	518	535	534	531	-3	-4	+13
Amériques	182	189	193	187	-6	-2	+5
APAC	374	386	399	406	+7	+20	+32
<b><u>Par marque</u></b>							
Sandro	690	707	716	714	-2	+7	+24
Maje	567	577	587	584	-3	+7	+17
Claudie Pierlot	246	250	249	245	-4	-5	-1
Suite 341	44	44	38	38	-	-6	-6
De Fursac	59	62	60	63	+3	+1	+4
<b>Total POS</b>	<b>1 606</b>	<b>1 640</b>	<b>1 650</b>	<b>1 644</b>	<b>-6</b>	<b>+4</b>	<b>+38</b>
<i>dont partenaires POS</i>	<b>314</b>	<b>318</b>	<b>326</b>	<b>314</b>	<b>-12</b>	<b>-4</b>	<b>-</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'EBIT ajusté et la marge d'EBIT 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).

### ***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 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 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)