

Au premier trimestre 2021, le chiffre d'affaires consolidé s'élève à **223,9 M€**, en baisse de **-0,6%** en organique. En données publiées, le chiffre d'affaires a reculé de **-2,1%**, intégrant un effet de change négatif de **-1,5%** :

- La **région APAC** (+64%) connaît une très bonne dynamique, notamment en Chine continentale (+92% /T1 2020 et +26% /T1 2019) et la **région Amériques** (+0,4%) est en **reprise progressive depuis février**, mais la performance reste impactée par les mesures de confinement, les fermetures de magasins et un tourisme très limité en **France** et en **EMEA** (Europe, Moyen Orient, Afrique) à -32,5%.
- SMCP a, comme prévu, fermé **33 points de ventes**, uniquement en France, qui sont essentiellement des points de vente de petite taille, localisés dans des villes secondaires, et ne reflétant pas son nouveau concept marketing.
- **Les ventes e-commerce** à **+38,9% (au T1)** sont un point fort de la société, portées par plusieurs initiatives relatives sur le **plan stratégique One Journey**, telles que la finalisation de l'implantation du « ship-from-store » en France;

SMCP

sandro · maje · claudie pierlot · de fursac

| <i>Chiffres non audités CA en M€ hors %</i> | T1 2020 | T1 2021 | Variation organique | Variation en données publiées |
|---|--------------|--------------|---------------------|-------------------------------|
| Chiffre d'affaires par région | | | | |
| France | 85,7 | 78,6 | -8,3% | -8,3% |
| EMEA ¹ | 70,9 | 47,5 | -32,5% | -32,9% |
| Amériques | 26,9 | 24,9 | +0,4% | -7,4% |
| APAC ² | 45,2 | 72,8 | +64,6% | +61,3% |
| Chiffre d'affaires par marque | | | | |
| Sandro | 105,5 | 103,6 | -0,1% | -1,8% |
| Maje | 85,7 | 89,3 | +6,1% | +4,3% |
| Autres marques ³ | 37,5 | 31,0 | -17,0% | -17,3% |
| TOTAL | 228,7 | 223,9 | -0,6% | -2,1% |

En parallèle de cette évolution du chiffre d'affaires, SMCP a poursuivi une gestion rigoureuse des coûts et du cash.

L'investisseur notera qu'à ce jour, 45% du réseau de magasins (DOS) de SMCP est temporairement fermé dans le monde.

En termes de perspectives :

- Les ventes du groupe du mode SMCP propriétaire des marques Sandro, Maje, Claudie Pierlot et De Fursac, sont encourageantes avec la poursuite de la très bonne performance de la région Asie-Pacifique, accompagnée par les premiers signes d'un rebond pour la région Amériques ;
- Le groupe s'attend également à une réouverture progressive des marchés européens, pour le second semestre 2021, qui lui permet d'être raisonnablement optimistes.

SMCP

sandro · maje · claudie pierlot · de fursac

Recommandation :

- A presque 8€ dans la matinée du 10 mai, l'action capitalise plus de 30 fois les bénéfices attendus par les analystes en 2021, mais 15 et 12 fois seulement ceux attendus en 2022 et 2023. A ce niveau de valorisation, la valeur offre toujours l'opportunité à l'investisseur à long terme de miser sur le développement des trois marques premium parisiennes de prêt à porter à l'échelle internationale mais au prix d'un risque réel à moyen et long terme lié à la capacité des marques du Groupe de maintenir leur pouvoir de séduction.
- hiboo est à « **achat spéculatif** » sur le dossier et pense que la probabilité d'un retour à bonne fortune à horizon 3 ans est aujourd'hui élevée.

SMCP

sandro · maje · claudie pierlot · de fursac