

LA PERLA

FASHION HOLDING N.V.

La Perla Fashion Holding N.V.
Siège social : Schiphol Boulevard 127, G4.02, 1118 BG Schiphol, Pays-Bas

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

4 septembre 2019

NE PAS COMMUNIQUER, PUBLIER OU DISTRIBUER, DIRECTEMENT OU INDIRECTEMENT, A L'INTERIEUR OU A DESTINATION DES ETATS-UNIS, EN AUSTRALIE, AU CANADA, AU JAPON OU EN AFRIQUE DU SUD.

La Perla annonce la cotation de ses actions sur Euronext Growth Paris

Amsterdam, 4 septembre 2019 – La Perla Fashion Holding N.V. (« La Perla » et ensemble avec ses filiales consolidés, le « Groupe »), la société de portefeuille de mode de luxe et créateur, fabricant et détaillant de premier plan de lingerie de luxe, de vêtements de nuit, de vêtements de plage et d'accessoires, a l'intention de coter ses actions (les « Actions ») sur le marché Euronext Growth opéré par Euronext Paris.

La cotation des Actions sur le marché Euronext Growth devrait commencer le 6 septembre 2019 ou alentours. (la « Cotation »). A cette occasion, aucune augmentation de capital n'est prévue, que ce soit par une offre publique ou par placement privé d'Actions.

Pascal Perrier, directeur général du groupe La Perla, a déclaré :

« La cotation à Paris de La Perla Fashion Holding, un marché de capitaux de premier plan pour les entreprises du luxe, augmentera la visibilité de La Perla et améliorera son accès au capital. »

« Forts d'une attention renouvelée sur l'héritage unique de La Perla en matière de lingerie de luxe et de la reconnaissance mondiale de la marque, nous revitalisons notre offre de produits afin de mieux répondre aux besoins des millennials et de la clientèle du luxe, notamment en élargissant nos lignes de produits pour une utilisation plus fréquente et quotidienne. »

« La lingerie est une catégorie de luxe fragmentée et mal desservie qui, à notre avis, présente un potentiel considérable pour le développement et la croissance de la marque. Alors que nous avons encore beaucoup de travail à faire afin de réaliser tout le potentiel de La Perla, nous sommes heureux à l'idée du chemin qui nous reste à parcourir. »

Détails de l'offre :

- La cotation à Paris, centre mondial de la mode de luxe, permettra à La Perla d'accroître sa visibilité et d'améliorer son accès aux marchés des capitaux.
- Lors de la première cotation, le prix des Actions sera de 4,50 EUR et la capitalisation boursière de La Perla s'élèvera à 473 millions d'euros.
- Dans le cadre de cette cotation sur Euronext Growth Paris, La Perla a conclu un contrat de liquidité avec Invest Securities S.A., en date du 2 septembre 2019. Invest Securities S.A. agira en tant que fournisseur de liquidités pour faciliter la négociation des Actions de La Perla. Par ailleurs, Invest Securities S.A. agira en tant que *listing agent*. Invest Corporate Finance agit en tant que conseil auprès de La Perla.

Présentation du groupe

Le groupe, sous la marque « La Perla », est un créateur, fabricant et détaillant de premier plan de lingerie de luxe, de vêtements de nuit et de vêtements de plage. Son siège opérationnel se trouve à Londres, au Royaume-Uni, et sa conception, sa recherche et son développement ainsi que ses installations de production sont principalement situés à Bologne, en Italie.

Le groupe opère dans le monde entier. Au 30 juin 2019, les points de vente globaux comptaient 70 boutiques, dont 44 étaient exploitées par le Groupe et 26 par des tiers; 36 grands magasins comprenant des « shop-in-shops » gérés par le groupe et des points de vente gérés par le grand magasin ainsi que 24 magasins d'usine gérés en propre.

Le Groupe exploite également sa boutique en ligne sur « laperla.com » et s'appuie sur diverses plateformes de vente numérique, principalement gérées par des tiers.

Principaux points forts concurrentiels

L'héritage de la marque représente l'élégance classique, l'artisanat de haute qualité, l'innovation et le luxe « Made in Italy »

En utilisant des matériaux de haute qualité, un savoir-faire artisanal et des produits innovants, La Perla s'est forgée une réputation de fabricant de produits de haute qualité, synonymes de luxe «Made in Italy». La Perla est convaincue que cet héritage de la marque représente un avantage concurrentiel essentiel sur le marché de la lingerie de luxe, des vêtements de nuit et des vêtements de plage. La Perla est aujourd'hui l'une des principales marques de lingerie de luxe, de vêtements de nuit et de vêtements de plage.

Nous avons un réseau solide de points de vente et un profil de distribution mondial

La Perla estime avoir un profil de distribution de luxe solide avec une empreinte significative sur tous les marchés mondiaux pertinents.

Son vaste réseau de points de vente facilite la communication des concepts, des styles et des valeurs incarnés dans ses collections, ce qui lui permet de répondre aux attentes des consommateurs de manière plus efficace et plus rapide. Le portefeuille de La Perla comprend des biens immobiliers de luxe haut de gamme très bien situés pour ses magasins et des concessions dans les principales rues commerçantes et les grands magasins du monde entier. Ses partenaires comprennent les grands magasins de luxe et les détaillants en ligne, tels que Neiman Marcus, Saks Fifth Avenue, Harrods, Net-a-Porter, Lane Crawford, SKP, Isetan et Shinsegae.

La Perla s'engage sur le savoir-faire et la haute qualité

Depuis ses débuts, La Perla a conçu, développé et fabriqué ses produits en grande partie en interne, en utilisant des techniques et un savoir-faire exclusifs. La Perla conçoit et développe tous les produits dans ses installations de Bologne, en Italie.

La Perla estime que son engagement dans le savoir-faire et la fabrication de produits de luxe de haute qualité depuis plus de 60 ans la distingue de ses concurrents.

Opérant sur un marché très fragmenté

La Perla estime être en position de force pour accroître sa part de marché en tant que marque de luxe de premier plan sur un marché très fragmenté et sous-exploité en raison de la reconnaissance de sa marque, de son expertise-produits et de ses capacités de distribution.

Le groupe Perla est dirigé par une équipe de direction expérimentée au track-record éprouvé

Sur le plan opérationnel, le groupe est dirigé par Pascal Perrier, qui possède plus de 30 ans d'expérience, dont 13 années chez Burberry, au cours desquelles il a passé neuf ans en tant que directeur général de la région Asie-Pacifique.

Stratégie

La stratégie de La Perla est de développer ses activités en misant sur la créativité, l'image classique et le savoir-faire italien. Pour ce faire, La Perla a adopté les objectifs suivants dans son plan stratégique :

Transformer sa structure organisationnelle et augmenter la rentabilité du Groupe en mettant en œuvre un programme de restructuration

Après une année 2017 difficile, le Groupe a commencé à mettre en œuvre une stratégie de restructuration visant à réorganiser et à redynamiser ses activités.

La Perla souhaite transformer sa structure organisationnelle et réduire sa base de coûts en continuant de mettre en œuvre sa stratégie de restructuration, qui comprend :

- la simplification et le redimensionnement de la structure organisationnelle de La Perla, notamment en rationalisant ses effectifs, mais en attirant également des talents qui permettront à La Perla de conduire sa transformation;
- la rationalisation des points de vente de La Perla pour se concentrer sur ceux générant le plus de ventes;
- l'amélioration de la gestion des stocks de La Perla; et
- la rationalisation de son réseau de fournisseurs.

Le programme de restructuration est en cours, mais La Perla estime que le programme a déjà donné des résultats positifs.

Moderniser et recentrer la marque La Perla afin d'accroître sa position sur le segment du luxe du marché de la lingerie, des vêtements de nuit et des vêtements de plage

La Perla vise à moderniser sa marque pour attirer un public plus large, plus jeune et plus inclusif. La Perla pense que les mesures suivantes contribueront à cet objectif:

- la mise à jour et l'amélioration du portefeuille de produits de La Perla;
- l'élargissement de son réseau de vente au détail, en particulier sur les marchés à forte croissance et à forte marge; et
- la mise à jour et la modernisation du programme marketing de La Perla et en soutenant largement le repositionnement de sa marque.

Redynamiser l'offre de produits La Perla

La Perla entend augmenter ses ventes et sa rentabilité en redynamisant son offre de produits, notamment par :

- le renouvellement des produits « core » et « emblématiques » de la marque tout en créant de la lingerie de luxe du quotidien; et
- l'augmentation de la disponibilité des produits dans les points de vente de La Perla.

Penser « Digital » à toutes les étapes des interactions avec le client

La Perla estime que les mesures suivantes contribueront à cet objectif:

- augmenter les investissements dans la communication numérique afin de présenter sa marque à de nouveaux publics en utilisant les médias sociaux et l'édition numérique;
- poursuivre les efforts d'amélioration des capacités de e-commerce de La Perla; et
- améliorer l'intégration omnicanal et les capacités d'analyse client, toucher de nouveaux consommateurs et stimuler les ventes.

Améliorer l'offre commerciale de La Perla afin de renforcer ses performance dans le commerce de détail

La Perla entend améliorer son offre commerciale et son réseau de distribution grâce à:

- la rationalisation des boutiques et concessions non stratégiques dans les grands magasins;
- l'amélioration de la performance de ses boutiques et de ses concessions en augmentant la productivité, notamment en misant sur l'excellence de la vente au détail et en modernisant son réseau de points de vente; et
- se concentrer davantage sur son réseau de distribution de gros afin de consolider sa présence dans les grands magasins les plus prestigieux des marchés du luxe établis et rechercher des co-entreprises et des partenaires de franchise dans certaines zones de croissance.

Bâtir l'excellence opérationnelle en modernisant la chaîne logistique de La Perla et en investissant dans sa structure organisationnelle

La Perla va réorganiser sa chaîne d'approvisionnement et sa structure organisationnelle en mettant l'accent sur:

- L'amélioration des capacités d'approvisionnement de La Perla;
- L'instauration d'une meilleure coordination et d'une surveillance plus strictes des processus afin de rationaliser la logistique tout au long de la chaîne d'approvisionnement et de réduire le « time to market »; et
- L'augmentation de la capacité de l'usine de fabrication de La Perla à Bologne, en Italie.

Investir dans son personnel pour créer une organisation compétente et une culture dynamique

- investir dans les employés actuels; et
- recruter des talents supplémentaires qui stimuleront l'activité du Groupe et soutiendront la mise en œuvre de nos stratégies.

Contacts Médias

Finsbury

Edward Simpkins/Jenny Bahr : LAPERLA-LON@finsbury.com +44 207 251 38 01

À propos de La Perla

La Perla, société de portefeuille spécialisée dans la mode de luxe, est l'actionnaire direct de La Perla Global Management (UK) Limited et de ses filiales (le « Groupe d'Exploitation La Perla »). Via le Groupe d'Exploitation La Perla, La Perla est un créateur, fabricant et détaillant de premier plan de lingerie de luxe, de vêtements de nuit, de vêtements de plage et d'accessoires. Le groupe opère sous la marque La Perla. Fondée en 1954 à Bologne, en Italie, elle est réputée pour son héritage et son savoir-faire artisanal.

Avertissement

Cette annonce ne contient ni ne constitue une offre ou la sollicitation d'une offre d'achat ou de souscription à des titres.

Ce document ne doit pas être publié, diffusé ou distribué directement ou indirectement aux États-Unis d'Amérique (incluant ses territoires et possessions, tout Etat des Etats-Unis ainsi que le District de Columbia), en Australie, au Canada, au Japon ou en Afrique du Sud. Sous réserve de certaines exceptions, les valeurs mobilières mentionnées dans les présentes ne peuvent être ni offertes ni vendues en Australie, au Canada, au Japon ou en Afrique du Sud, ni pour le compte ou le bénéfice de tout ressortissant, résident ou citoyen de l'Australie, du Canada, du Japon ou de l'Afrique du Sud.

Le présent document ne constitue pas une offre de vente de titres aux Etats-Unis d'Amérique. Les valeurs mobilières ne pourront être vendues aux Etats-Unis en l'absence d'enregistrement ou de dispense d'enregistrement au titre du U.S. Securities Act de 1933, tel que modifié (le « U.S. Securities Act »). Il n'y a pas, et il n'y aura pas, d'offre au public de valeurs mobilières aux Etats-Unis d'Amérique.

Ce document n'est pas un prospectus au sens de la Directive (EU) 2017/1129 et de ce fait ne constitue pas une offre de vente ou de sollicitation d'une offre d'achat de titres La Perla Fashion Holding N.V.

Ce document peut contenir des déclarations prospectives, c'est-à-dire des déclarations qui ne concernent pas des faits ou des événements historiques. Par nature, les déclarations prospectives impliquent des risques et des incertitudes connus et inconnus, à la fois généraux et spécifiques. La Perla Fashion Holding N.V. fonde ces déclarations sur ses plans, estimations, projections et attentes actuels. Elles font référence à des événements et sont basées sur des hypothèses actuelles qui pourraient ne pas se produire dans le futur. Ces déclarations prospectives peuvent ne pas être représentatives des performances futures. Les résultats réels de la situation financière et des résultats d'exploitation de La Perla Fashion Holding NV et de ses filiales consolidées, ainsi que l'évolution des conditions économiques, peuvent différer sensiblement, notamment être plus négatifs que ces hypothèses, expressément ou implicitement présumées ou décrites dans de telles déclarations. Même si les résultats réels de La Perla Fashion Holding NV ou de ses filiales consolidées, y compris la situation financière, les résultats d'exploitation et la conjoncture économique, évoluent conformément aux déclarations prospectives contenues dans ce document, rien ne garantit que ce sera le cas à l'avenir.

.