

SMCP

sandro • maje • claudie pierlot • fursac



Résultats annuels 2025

Communiqué - Paris, le 26 février 2026

**Forte amélioration de la rentabilité et génération record de *free cash-flow*,
reflétant la pertinence de la stratégie du Groupe**

- **Chiffre d'affaires 2025 de 1 217 M€**, en hausse de +1,7% en organique¹ par rapport à 2024 (1 212 M€)
 - Croissance organique soutenue en Amérique et en EMEA (hors France) ; Asie toujours impactée par l'optimisation du réseau, mais stabilisation des ventes *like-for-like* dans les magasins physiques ; France affectée par le ralentissement de la consommation au second semestre
 - Poursuite de la stratégie *full price* avec une réduction du taux moyen de discount en saison de trois points, pour atteindre 20%
 - Impact négatif des taux de change de 1,3% sur l'année (2% au second semestre)
- **Chiffre d'affaires du quatrième trimestre de 322 M€**, en léger recul de -1,1% en organique par rapport au T4 2024 (334 M€) qui représentait une base de comparaison élevée
- **Forte amélioration de la rentabilité avec un EBIT ajusté de 95 M€** (7,8% du chiffre d'affaires) en amélioration de +80% par rapport à 2024 (53 M€, soit 4,4% du chiffre d'affaires), reflétant la poursuite des effets du plan d'optimisation des coûts
- **Résultat net de 17 M€** en très forte amélioration de +40 M€ par rapport à 2024 (-24 M€)
- **Poursuite de la discipline financière** permettant une génération de *free cash-flow* record de **91 M€** (vs 49 M€ en 2024), une réduction de la **dette nette équivalente, pour atteindre 148 M€** (vs 237 M€ au 31/12/2024) et un levier à 1.3x, divisé par deux en un an.

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

- **Réseau de magasins en baisse de 32 points de ventes** (dont -21 points de vente au T4) pour atteindre 1 630 points de vente dans le monde fin 2025 :
 - Poursuite de l'optimisation du réseau en Chine et chez Claudie Pierlot en Europe
 - Développement via des partenaires avec notamment l'ouverture de dix nouveaux marchés dans les régions suivantes : Balkans, Europe de l'Est, Inde, Asie du Sud-Est et Amérique du Sud
- **Objectifs 2026 :**
 - Marge d'EBIT ajusté en progression par rapport à 2025, pour atteindre environ 10 % des ventes au second semestre,
 - Génération de free cash-flow de 50 millions d'euros pour l'exercice (hors frais exceptionnels liés à une éventuelle opération sur le capital de SMCP)

Isabelle Guichot, Directeur général de SMCP, commente : *« Le Groupe a enregistré une croissance résiliente de ses ventes en 2025, soutenue par une dynamique forte en EMEA et en Amérique du Nord. Dans un environnement complexe marqué par des incertitudes politiques, en France notamment, la croissance à périmètre comparable en retail et les partenaires en wholesale ont soutenu cette performance, compensant l'impact de notre plan d'optimisation du réseau et des effets défavorables des taux de change. Comme anticipé, notre plan d'action porte ses fruits, avec une forte amélioration de la rentabilité qui nous permet de retrouver un résultat net positif. Nous avons également maintenu une discipline financière stricte, se traduisant par une génération de trésorerie record et une poursuite significative du désendettement. Sur la base de ces résultats, et dans un contexte de marché difficile, nous réitérons notre objectif 2026 d'amélioration de la marge d'EBIT et de génération de free cash-flow. »*

INDICATEURS FINANCIERS

M€	FY 2024	FY 2025	Variation en données publiées
Chiffre d'affaires	1 211,7	1 217,4	+0,5%
EBITDA ajusté	216,4	231,3	+7%
EBIT ajusté	53,0	95,2	+80%
Résultat net	-23,6	16,6	-
Free Cash-Flow	48,9	91,1	+86%
Dette nette	237,2	147,5	-38%

CHIFFRE D'AFFAIRES

M€	T4 2024	T4 2025	Variation organique	Variation en données publiées	FY 2024	FY 2025	Variation organique	Variation en données publiées
Chiffre d'affaires par région								
France	117,5	107,3	-8,7%	-8,7%	417,8	411,4	-1,6%	-1,6%
EMEA hors France	109,4	116,2	+6,9%	+6,3%	403,2	430,5	+6,8%	+6,8%
Amérique	53,0	52,3	+6,9%	-1,2%	182,8	192,6	+10,1%	+5,3%
Asie Pacifique	54,0	46,1	-8,7%	-14,6%	207,9	183,1	-8,8%	-11,9%
Chiffre d'affaires par								
Sandro	167,5	161,1	-1,1%	-3,8%	605,1	608,8	+2,0%	+0,6%
Maje	126,4	124,9	+1,6%	-1,2%	458,3	464,9	+2,9%	+1,4%
Autres marques ¹	40,0	35,9	-9,9%	-10,2%	148,2	143,7	-3,1%	-3,1%
TOTAL	333,8	321,9	-1,1%	-3,6%	1 211,7	1 217,4	+1,7%	+0,5%

¹ Marques Claudie Pierlot et Fursac

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR REGION

En **France**, le chiffre d'affaires s'élève à 411 M€, en repli de -1,6% en organique par rapport à 2024. Après un premier semestre positif (+2,3%), le deuxième semestre a été affecté par un climat politique et social peu propice à la consommation, en particulier au T4. La poursuite de notre stratégie *full-price* soutient en revanche la qualité des ventes et la rentabilité.

La fermeture des corners au BHV à Paris et SGM en régions (Limoges, Dijon, Grenoble, Reims, Angers) a pesé sur les ventes au T4 et a réduit le parc de magasins (-25 points de vente). Ces fermetures (conjuguées à la poursuite de l'optimisation du réseau de Claudie Pierlot et Fursac) expliquent largement la baisse du nombre de points de vente, avec 49 fermetures nettes en 2025.

Dans la région **EMEA**, les ventes atteignent un record de 430 M€, en progression organique de +6,8% par rapport à 2024, portée principalement par la croissance *like-for-like* (+5,4%), qui est positive dans presque tous les marchés opérés en direct, grâce à un trafic de qualité et à la stratégie *full-price*. Cette tendance confirme la solidité de la demande pour les marques du Groupe et leur désirabilité. Par ailleurs, l'activité des partenaires poursuit sa dynamique favorable, notamment au Moyen-Orient et en Turquie.

La région enregistre 29 ouvertures nettes pendant l'année, essentiellement via les partenariats, grâce à l'ouverture de nouveaux marchés (Balkans, Géorgie et Jordanie) et à la poursuite du développement dans les marchés existants (Turquie et Moyen-Orient).

En **Amérique**, le chiffre d'affaires s'élève à 193 M€, en progression organique de +10,1% par rapport à 2024, malgré une base de comparaison élevée. Les ventes *like-for-like* sont en progression aux Etats-Unis et au Canada, dans un environnement exigeant. Au second semestre, la stricte stratégie *full-price* s'est traduite par une réduction de deux points du taux moyen de discount, renforçant la désirabilité des marques. La croissance demeure particulièrement bonne au Mexique.

Le Groupe a enregistré quelques ajustements sur le réseau retail (fermetures Hudson's Bay et ouvertures Holt Renfrew au Canada) ; parmi les pays distribués par les partenaires, l'ouverture de deux nouveaux pays (Argentine et Chili) compense quelques fermetures au Mexique.

En **APAC**, les ventes atteignent 183 M€, en repli de -8,8% en organique par rapport à 2024, résultant, comme anticipé, de l'effet année pleine de l'optimisation du réseau en Chine (65 fermetures nettes en 2024) et de la forte réduction du taux de discount initiée en 2025 (-5 points) visant à nourrir la désirabilité des marques.

La stabilisation des ventes *like-for-like* dans les magasins physiques en Chine confirme la pertinence du plan stratégique mis en œuvre. Les ventes digitales sont quant à elles impactées par la stratégie *full-price* stricte.

Dans le reste de la région, les ventes sont restées résilientes, avec une tendance positive notamment au Vietnam, en Malaisie et en Thaïlande.

Le réseau de points de vente de la région a enregistré quatre ouvertures pendant l'année ; la poursuite de la rationalisation du réseau en Chine (sept fermetures nettes) est plus que compensée par l'expansion du réseau via nos partenaires, avec l'ouverture de nouveaux pays tels que l'Inde et les Philippines et le développement des marchés existants.

RESULTATS CONSOLIDES

L'**EBITDA ajusté atteint 231 M€** en 2025 (soit une marge d'EBITDA ajusté de 19% des ventes) et progresse nettement par rapport à 2024 (216 M€ soit 18% des ventes).

La **marge brute de gestion** représente 75,0% du chiffre d'affaires ; elle gagne 0,7 point en 2025, soutenue par une discipline stricte en matière de taux de discount.

Les **OPEX** (coûts des magasins¹ et frais généraux et administratifs) baissent légèrement par rapport à 2024 comme attendu dans le plan d'optimisation des coûts.

Les **dotations aux amortissements et aux provisions s'élèvent à -136 M€** en 2025, en baisse par rapport à 2024 (-163 M€). Hors IFRS 16, les dotations 2025 représentent 3,2% des ventes (4,2% en 2024). Pour mémoire, 2024 avait fait l'objet d'amortissements accélérés en lien avec le plan d'optimisation du réseau.

L'**EBIT ajusté atteint 95 M€** en 2025 et progresse de 80% par rapport à 2024 (53 M€). La marge d'EBIT ajusté, à 7,8% en 2025, gagne 3,4 points sur l'exercice (4,4% en 2024). Elle s'améliore également entre le premier (7,1%) et le second semestre 2025 (8,5%).

Les **autres charges non courantes, à -31 M€**, sont en légère baisse par rapport à 2024 (-35 M€). Elles sont essentiellement constituées d'*impairment* de boutiques et de *goodwill*, pour les marques Claudie Pierlot et Fursac, sans effet cash.

Les **charges financières s'élèvent à -30 M€** en 2025 contre -32 M€ en 2024 (incluant environ -15 M€ d'intérêts sur la dette locative, contre -12 M€ en 2024). Les intérêts sur la dette financière sont en baisse (-13 M€ en 2025, contre -18 M€ en 2024), bénéficiant de la diminution de l'encours moyen de dette et des taux d'intérêt de marché.

Après prise en compte d'une charge **d'impôt sur le résultat de -14 M€** en 2025 (-7 M€ en 2024), le **bénéfice net - part du Groupe à 17 M€** affiche une forte progression par rapport à l'exercice 2024 (perte de -24 M€ en 2024).

BILAN ET DETTE FINANCIERE NETTE

Le Groupe a maintenu une **discipline financière stricte** tout au long de l'année.

Les stocks ont baissé de 260 M€ au 31 décembre 2024 à 233 M€ au 31 décembre 2025.

Les capex sont passés de 39 M€ en 2024 à 28 M€ en 2025.

La **dette financière nette baisse de 38% en un an, à 148 M€** au 31 décembre 2025, contre 237 M€ au 31 décembre 2024. Le ratio dette nette/EBITDA, à 1.3x, est divisé par deux en un an (2.6x en 2024).

¹ Hors IFRS 16

PERSPECTIVES

Depuis 2024, le Groupe met en œuvre un plan d'actions à moyen terme visant à relancer une dynamique de croissance rentable, articulé autour de quatre piliers :

- relancer la croissance et gagner des parts de marché ;
- capitaliser sur son empreinte géographique mondiale, équilibrée et diversifiée ;
- gagner en agilité et tirer parti des dernières innovations pour améliorer l'efficacité et la rentabilité ;
- maintenir une gestion disciplinée au service d'une rentabilité accrue et d'une structure financière solide.

En 2025, ce plan a porté ses fruits et le Groupe aborde l'exercice 2026 avec une discipline d'exécution renforcée.

Dans un contexte macroéconomique et géopolitique toujours incertain, marqué par des conditions de consommation difficiles au cours des premières semaines de l'exercice, SMCP entend poursuivre le déploiement de sa feuille de route stratégique, vise une nouvelle amélioration de sa rentabilité et confirme ses objectifs 2026 :

- une marge d'EBIT ajusté en progression par rapport à 2025, pour atteindre environ 10% des ventes au second semestre,
- une génération de *free cash flow* de 50 millions d'euros pour l'exercice (hors frais exceptionnels liés à une éventuelle opération sur le capital de SMCP). Ce niveau, plus normatif en 2026 après une année 2025 exceptionnelle, permettra la poursuite du désendettement du Groupe.

AUTRES INFORMATIONS

Approbation des comptes

Le Conseil d'administration s'est réuni ce jour pour arrêter les comptes consolidés de 2025. Les procédures d'examen limité ont été effectuées et le rapport afférent est en cours d'émission.

CALENDRIER FINANCIER

28 avril 2026 - Publication des ventes du 1^{er} trimestre

11 juin 2026 - Assemblée Générale

28 juillet 2026 - Publication des résultats du 1^{er} semestre

Une conférence téléphonique et un webcast à destination des investisseurs et des analystes seront tenus, ce jour, par Isabelle Guichot, Directeur Général, et Patricia Huyghues Despointes, Directeur Financier, à partir de 18h00 (heure de Paris). Le support de la présentation sera également disponible sur le site Internet (www.smcp.com), section Finance.

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, 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 (POS : points of sale), ce qui comprend (i) les points de vente exploités en propre (DOS : *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 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, 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.

Croissance Like-for-like du chiffre d'affaires

La croissance like-for-like 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, présentée à taux de change constants. Les points de vente comparables pour une période donnée comprennent tous les points de vente du Groupe ouverts à la même période, l'année passée, et excluent 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).

EBITDA ajusté et marge d'EBITDA ajusté

L'EBITDA ajusté est défini par le Groupe comme étant le résultat opérationnel courant avant dotations aux amortissements, provisions et charges liées au plan d'attribution d'actions gratuites (LTIP). En conséquence, l'EBITDA Ajusté correspond à l'EBITDA avant charges liées au LTIP.

L'EBITDA ajusté n'est pas une mesure comptable standard répondant à une définition unanimement admise. Il ne doit pas être considéré comme un substitut du résultat opérationnel, du bénéfice net, du flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles, ni comme un indicateur de liquidité. La marge d'EBITDA ajusté correspond à l'EBITDA ajusté divisé par le chiffre d'affaires.

EBIT ajusté et marge d'EBIT ajusté

L'EBIT ajusté est défini par le Groupe comme le résultat avant intérêts, impôts et charges liées au plan d'attribution d'actions gratuites (LTIP). En conséquence, l'EBIT ajusté correspond à l'EBIT avant charges liées au LTIP. La marge d'EBIT ajusté correspond à l'EBIT ajusté divisé par le chiffre d'affaires.

Marge brute de gestion

La marge brute « de gestion » correspond au chiffre d'affaires après déduction des remises et du coût des ventes uniquement. La marge brute « comptable », quant à elle, correspond au chiffre d'affaires après déduction des remises, du coût des ventes et des commissions versées aux grands magasins et aux affiliés.

Marge retail

La marge retail correspond à la marge brute de gestion après déduction des coûts directs des points de ventes tels que les loyers, frais de personnels, commissions versées aux grands magasins et autres frais directs d'exploitation.

Dettes financières nettes

La dette financière nette représente la part de la dette financière nette portant intérêt. Elle est calculée sur la base des dettes financières courantes et non courantes, diminuées de la Trésorerie nette des concours bancaires.

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 16 avril 2025 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 vente par région

Répartition des DOS	2024	T1-25	T2-25	T3-25	2025	Variation T4-25	Variation annuelle
Par région							
France	473	464	457	450	424	-26	-49
EMEA	395	387	394	396	396	-	+1
Amérique	178	162	162	168	168	-	-10
Asie Pacifique	247	245	242	240	239	-1	-8
Par marque							
Sandro	564	550	547	550	539	-11	-25
Maje	468	454	456	458	453	-5	-15
Claudie Pierlot	185	177	176	173	166	-7	-19
Fursac	76	77	76	73	69	-4	-7
Total DOS	1 293	1 258	1 255	1 254	1 227	-27	-66

Répartition des POS	2024	T1-25	T2-25	T3-25	2025	Variation T4-25	Variation annuelle
Par région							
France	473	464	457	450	424	-26	-49
EMEA	536	541	555	566	565	-1	+29
Amérique	226	206	201	208	210	+2	-16
Asie Pacific	427	429	429	427	431	+4	+4
Par marque							
Sandro	755	751	749	758	746	-12	-9
Maje	621	614	622	629	624	-5	+3
Claudie Pierlot	209	197	193	189	184	-5	-25
Fursac	77	78	78	75	76	+1	-1
Total POS	1 662	1 640	1 642	1 651	1 630	-21	-32
dont partenaires POS	369	382	387	397	403	+6	+34

COMPTES CONSOLIDES

COMPTE DE RESULTAT (M€)	2024	2025
Chiffre d'affaires	1 211,7	1 217,4
Coût des ventes	-448,4	-435,7
Marge brute comptable	763,3	781,7
Autres produits et charges opérationnels	-257,7	-257,3
Charges de personnel	-289,2	-293,1
Dotations et reprises aux amortissements et aux provisions	-163,5	-136,1
Plans d'attribution gratuite d'actions	-1,8	-4,0
Résultat opérationnel courant	51,2	91,2
Autres produits et charges opérationnels non courants	-35,2	-30,8
Résultat opérationnel	16,0	60,4
Coût de l'endettement financier	-30,6	-28,3
Autres produits et charges financiers	-1,8	-1,4
Résultat financier	-32,4	-29,7
Résultat avant impôt	-16,4	30,7
Impôt sur le résultat	-7,2	-14,1
Résultat net	-23,6	16,6
Résultat de base par action - part du Groupe (€)	-0,31	0,21
Résultat dilué par action - part du Groupe (€)	-0,31	0,21

BILAN - ACTIF (M€)	Au 31 déc. 2024	Au 31 déc. 2025
Goodwill	604,3	585,5
Marques, immobilisations incorp. & droit d'utilisation	1 139,1	1 071,1
Immobilisations corporelles	79,7	70,8
Actifs financiers non courants	16,8	14,2
Actifs d'impôts différés	29,6	27,2
Actifs non courants	1 869,6	1 768,8
Stocks	260,2	233,0
Créances clients	69,0	60,0
Autres créances	50,8	40,5
Trésorerie et équivalents de trésorerie	48,5	47,4
Actifs courants	428,5	380,9
Total actif	2 298,1	2 149,7

BILAN - CAPITAUX PROPRES & PASSIF (M€)	Au 31 déc. 2024	Au 31 déc. 2025
Total des capitaux propres	1 163,1	1 171,7
Dettes locatives à long terme	343,5	293,3
Dettes financières à long terme	158,7	90,5
Autres passifs non courants	0,6	0,7
Provisions non courantes	4,9	4,4
Provisions pour engagements de retraites à prestations définies	4,6	4,9
Passif d'impôts différés	163,9	164,3
Passifs non courants	676,2	558,1
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	143,4	138,8
Dettes locatives à court terme	100,7	90,5
Concours bancaires et dettes financières à court terme	126,4	103,7
Provisions courantes	1,6	1,8
Autres dettes courantes	86,7	85,1
Passifs courants	458,8	419,9
Total passif et capitaux propres	2 298,1	2 149,7

TABLEAU DE FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDES (M€)	2024	2025
Capacité d'Autofinancement	214,7	229,3
Variation du besoin en fonds de roulement	29,3	35,4
Impôt sur le résultat payé	-10,1	-11,6
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles	233,9	253,2
Dépenses d'investissement	-38,9	-28,0
Autres	0,0	-
Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement	-38,8	-28,0
Programme de rachat d'actions propres	-0,4	-1,3
Variation des dettes financières	-55,5	-74,6
Intérêts financiers versés	-18,9	-13,1
Autres produits et charges financiers	-0,3	-2,7
Remboursement de la dette locative	-127,5	-116,7
Flux nets de trésorerie liés aux activités de financement	-202,6	-208,4
Ecart de change net	0,5	-1,6
Variation nette de la trésorerie	-7,0	15,2

Réconciliation entre indicateurs de performance opérationnelle comptable et de gestion

MARGE BRUTE (M€) - hors IFRS 16	2024	2025
Marge brute comptable	763,3	781,7
Retraitement des commissions et autres ajustements	137,8	132,0
Marge brute de gestion	901,1	913,7
Coûts directs des points de vente	-562,9	-543,2
Marge <i>retail</i>	338,2	370,5

RESULTAT OPERATIONNEL (M€)	2024	2025
EBITDA ajusté	216,4	231,3
Dotations aux amortissements et aux provisions	-163,5	-136,1
EBIT ajusté	53,0	95,2
LTIP	-1,8	-4,0
EBIT	51,2	91,2
Autres produits et charges non courants	-35,2	-30,8
Résultat opérationnel	16,0	60,4

FCF (en M€)	2024	2025
Capacité d'Autofinancement	214,7	229,3
Variation du besoin en fonds de roulement	29,3	35,4
Impôt sur le résultat payé	-10,1	-11,6
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles	233,9	253,2
Dépenses d'investissement (opérationnel et financier)	-38,9	-28,0
Remboursement de la dette locative	-127,5	-116,7
Intérêts et autres produits et charges financières	-19,2	-15,8
Ecart de change et autres	0,5	-1,6
Free cash flow	48,9	91,1

DETTE FINANCIERE NETTE (M€)	Au 31 déc. 2024	Au 31 déc. 2025
Dettes financières à long terme & autres passifs non courants	-159,3	-91,2
Concours bancaires et dettes financières à court terme	-126,4	-103,7
Trésorerie et équivalents de trésorerie	48,5	47,4
Dette financière nette	-237,2	-147,5
<i>EBITDA ajusté (hors IFRS) sur 12 mois</i>	<i>92,2</i>	<i>116,7</i>
Dette financière nette / EBITDA ajusté	2,57x	1,26x

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 59 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