

SMCP

sandro • maje • claudie pierlot • fursac



Résultats S1 2024

Communiqué - Paris, le 25 juillet 2024

Résilience des ventes hors Chine

Poursuite de la discipline financière et de l'exécution du plan d'actions

- **Chiffre d'affaires de 585 M€ au premier semestre**, en baisse de -3,6% en organique¹ par rapport au chiffre d'affaires du S1 2023 de 610 M€
 - Croissance des ventes en Amérique au premier semestre, résilience en Europe, amélioration séquentielle des ventes au deuxième trimestre en France et consommation toujours très ralentie en Chine
 - Sandro et Maje en croissance organique au premier semestre dans toutes les régions hors Chine
 - Poursuite de la réduction du taux moyen de discount, en baisse de deux points par rapport au premier semestre 2023
- **Chiffre d'affaires du deuxième trimestre** de 298 M€, en baisse de -2% en organique par rapport au Q2 2023 de 305 M€ ; hors Chine, les ventes sont en croissance
- **Poursuite de l'optimisation du réseau de magasins** avec 29 fermetures nettes sur le semestre, principalement en Asie et chez Claudie Pierlot, pour atteindre 1 701 points de vente dans le monde
- **EBIT ajusté** de 19 M€ (3,2% du chiffre d'affaires) contre 36 M€ au S1 2023 (6% du chiffre d'affaires). Les effets *one-off* (coûts de restructuration) et les effets de l'inflation sont partiellement compensés par les plans de réduction de coûts
- **Résultat net** de -28 M€, intégrant 30 M€ d'écritures comptables d'*impairment* sans effet cash. Hors ces impacts (nets d'impôt), le résultat net est à l'équilibre.
- **Poursuite de la discipline financière** avec un contrôle strict des stocks (-7% par rapport à la clôture 2023) et des investissements, résultant en une dette nette inférieure à celle du 30 juin 2023 et à un *free cash-flow* stable
- Poursuite et accélération au second semestre du **plan d'actions à moyen terme** de relance de la croissance rentable
- Poursuite des efforts en matière de **RSE** avec le déploiement de la politique Diversité et Inclusion et un résultat satisfaisant sur la baisse de l'empreinte carbone (-15% en 2023)

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

Isabelle Guichot, Directeur général de SMCP, commente : « Dans un environnement macroéconomique toujours dégradé, comme anticipé, le Groupe affiche une performance résiliente hors Chine. La dynamique de la région Amérique et la bonne tenue des ventes en Europe ont en partie compensé la faiblesse persistante de la consommation en Asie, notamment en Chine, où SMCP a déjà initié le réajustement de son réseau de points de vente tout en poursuivant ses initiatives visant à redynamiser la croissance à moyen terme dans le pays. À l'échelle du groupe, notre plan d'actions lancé en début d'année, visant à relancer notre croissance rentable, commence à porter ses fruits. Néanmoins, notre rentabilité reste encore affectée par des facteurs non récurrents liés à la restructuration de notre parc de magasins en Chine et celui de Claudie Pierlot ainsi que des coûts additionnels liés à l'inflation. Dans la deuxième partie de l'année, nous allons poursuivre nos efforts pour continuer à déployer notre plan d'actions tant sur la dynamique de nos ventes dans les marchés porteurs que sur l'optimisation de nos coûts, dont les effets devraient s'accélérer en 2025 (avec pour objectif d'avoir un impact positif de 25 millions d'euros sur notre rentabilité dès 2026). Les équipes SMCP sont pleinement engagées dans cette trajectoire et je tiens à les remercier de leur investissement sans faille. »

INDICATEURS FINANCIERS

M€	S1 2023	S1 2024	Variation en données publiées
Chiffre d'affaires	609,8	585,3	-4,0%
EBITDA ajusté	115,7	98,5	-14,9%
EBIT ajusté	36,3	18,8	-48,5%
Résultat net	14,0	-27,7	-41,7 M€
Free Cash-Flow	-8,7	-8,8	-1,1%
Dette nette	306,0	292,5	-4,4%

CHIFFRE D'AFFAIRES

M€	S1 2023	S1 2024	Variation organique	Variation en données publiées
Chiffre d'affaires par région				
France	203,9	202,5	-0,7%	-0,7%
EMEA hors France	189,1	191,8	+0,8%	+1,4%
Amérique	80,3	84,8	+5,8%	+5,6%
Asie Pacifique	136,5	106,2	-19,9%	-22,2%
Chiffre d'affaires par marque				
Sandro	295,5	292,3	-0,7%	-1,1%
Maje	228,5	218,8	-3,7%	-4,2%
Autres marques ¹	85,9	74,1	-13,8%	-13,7%
TOTAL	609,8	585,3	-3,6%	-4,0%

¹ Marques Claudie Pierlot et Fursac

CHIFFRES D'AFFAIRES PAR REGION

En **France**, les ventes s'élèvent à 202 M€, et sont quasi stables (-1%) par rapport au S1 2023. La tendance au deuxième trimestre (+6% vs Q2 2023) s'est significativement améliorée, avec une consommation plus soutenue dans les magasins à Paris comme en région, en particulier pour Sandro et Maje. Ces deux marques affichent une performance supérieure aux indices de marché¹ au deuxième trimestre. Les ventes dans les magasins physiques ont bien performé, dans un contexte où la réduction du taux de remise limite la croissance des ventes digitales. Le réseau de points de vente est en croissance avec quatre ouvertures nettes pendant le semestre.

Dans la région **EMEA**, les ventes atteignent 192 M€, en progression organique de +1% par rapport au S1 2023, qui constituait une base de comparaison élevée (+9% vs S1 2022). La croissance du deuxième trimestre est en ligne avec la tendance du premier trimestre, tirée par un trafic soutenu et une politique stricte de réduction du taux de discount. Les ventes *like-for-like* dans les magasins physiques sont en croissance dans presque tous les marchés opérés en direct. Les partenaires ont également enregistré une bonne performance pendant le semestre, notamment au Moyen-Orient. La région enregistre neuf fermetures nettes sur le semestre (notamment Claudie Pierlot).

En **Amérique**, les ventes s'élèvent à 85 M€, en progression organique de +6% par rapport au S1 2023, malgré un environnement volatile. Dans un contexte de forte concurrence promotionnelle, le Groupe a maintenu une politique stricte (+2 points d'amélioration du taux moyen de discount). Aux Etats-Unis, les ventes *like-for-like* sont en croissance, en particulier dans les magasins physiques, grâce notamment au succès de la collection Printemps/Été de Sandro. Au Mexique, les ventes enregistrent une bonne performance pendant tout le semestre. Le réseau de points de vente est en croissance avec six ouvertures nettes au premier semestre.

En **APAC**, les ventes atteignent 106 M€, en repli de -20% en organique par rapport au S1 2023. En Chine, elles continuent d'être fortement affectées par la baisse du trafic, mais aussi par les fermetures de magasins, conformément à la stratégie du Groupe. Le réseau de points de vente est en baisse, avec 30 fermetures nettes sur le semestre. Le Groupe déploie par ailleurs un plan d'actions visant à redynamiser les ventes dans le pays en travaillant sur la désirabilité de ses marques et le niveau d'excellence dans l'exécution *retail* en magasin. Dans le reste de la région, les ventes sont résilientes dans plusieurs marchés (Singapour, Vietnam, Malaisie et Thaïlande).

¹ Retail Int. et Institut Français de la Mode

RESULTATS CONSOLIDES S1 2024

L'EBITDA ajusté atteint 98 M€ au S1 2024 (soit une marge d'EBITDA ajusté de 17% des ventes) contre 116 M€ au S1 2023.

La marge brute de gestion en pourcentage du chiffre d'affaires (74,3%) est en hausse par rapport au S1 2023 (73,1%), soutenue par une discipline stricte en matière de taux de discount.

Les **OPEX** (coûts des magasins¹ et frais généraux et administratifs) sont quasi-stables par rapport à 2023, hors prise en compte des coûts exceptionnels liés à la fermeture d'une partie du réseau en Chine. Les plans de réduction de coûts contribuent à contrebalancer les effets de l'inflation, notamment l'effet 2024 des hausses 2023 des salaires et loyers. Toutefois, en raison de la baisse des ventes, leur poids en pourcentage du chiffre d'affaires est moins bien absorbé de 3 points.

Les dotations aux amortissements et aux provisions se sont élevées à -80 M€ au S1 2024, très proches du niveau du S1 2023 (-79 M€). Hors IFRS 16, elles représentent 4% des ventes en S1 2024 (en ligne avec le S1 2023).

L'EBIT ajusté atteint 19 M€ au S1 2024 contre 36 M€ au S1 2023. La marge d'EBIT ajusté s'élève à 3,2% au S1 2024 (contre 6% au S1 2023).

Les autres charges non courantes s'élèvent à -30 M€, en augmentation par rapport au S1 2023 (-0,9 M€). Elles sont essentiellement constituées d'*impairment* de boutiques et de *goodwill* (sans effet cash).

Les charges financières sont passées de -13 M€ au S1 2023 à -18 M€ au S1 2024 (incluant environ -7 M€ d'intérêts sur la dette locative contre -5 M€ en 2023). Les intérêts sur la dette financière sont en hausse (-9 M€ au premier semestre 2024, contre -7 M€ pour la même période en 2023), provenant de la hausse des taux d'intérêt de marché.

Après prise en compte d'un produit d'impôt sur le résultat de +3 M€ au S1 2024 (contre une charge de -5 M€ au S1 2023), **le résultat net – part du Groupe** est de -28 M€ (contre 14 M€ au S1 2023) et à l'équilibre hors impacts non-récurrents sans effet cash (nets d'impôt).

BILAN ET DETTE FINANCIERE NETTE S1 2024

Le Groupe a maintenu un contrôle strict de ses stocks et de ses investissements tout au long du semestre. Les stocks ont baissé de 282 M€ au 31 décembre 2023 à 263 M€ au 30 juin 2024.

Le poids des Capex en proportion du chiffre d'affaires est stable, représentant 4% des ventes au 30 juin 2024.

La **dette financière nette** s'établit à 293 M€ au 30 juin 2024, contre 306 M€ au 30 juin 2023. Le ratio dette nette/EBITDA s'élève à 3,1x. L'écart par rapport au niveau contractuel de 2,5x a fait l'objet d'un *waiver* accordé par le pool de banques prêteuses le 28 juin 2024, et qui autorisait un covenant au 30 juin 2024 pouvant aller jusqu'à 3,4x.

¹ Hors IFRS 16

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

Dans un environnement qui reste complexe et incertain, sur les plans macro-économique, politique et géopolitique, SMCP continue de se concentrer sur l'exécution de son plan d'actions au service de la croissance profitable.

Le réajustement du réseau, entamé au premier semestre en particulier en Chine, ainsi que le repositionnement stratégique de Claudie Pierlot, se poursuivront au second semestre.

SMCP va accélérer l'activité *Retail partners* au second semestre, avec l'ouverture des premiers points de vente en Inde et la poursuite du développement en Asie du Sud-Est.

Les plans d'actions visant à un contrôle accru des coûts se poursuivent. Certains (optimisation des achats indirects et des coûts de personnel) commenceront à porter leurs fruits dès 2024, avec un effet amplifié en 2025 et 2026 ; d'autres sont initiés mais avec un effet positif plus progressif qui se matérialisera à partir de 2025 (optimisation des coûts d'achats des produits).

Le Groupe confirme son objectif d'un effet positif de ce plan d'actions de 25 millions d'euros annuels sur l'EBIT à compter de l'exercice 2026.

AUTRES INFORMATIONS

Approbation des comptes

Le Conseil d'administration s'est réuni ce jour pour arrêter les comptes consolidés du premier semestre 2024. Les procédures d'examen limité ont été effectuées et le rapport afférent est en cours d'émission.

Information sur le contentieux relatif à la cession de 15,9% du capital de SMCP en 2021

La société SMCP a été informée que, le 12 juillet 2024, la Haute Cour britannique (English High Court), sur requête de GLAS SAS (London Branch) agissant en tant que trustee au titre des obligations échangeables émises par European TopSoho S.à r.l. ("ETS"), a déclaré invalide la cession d'un bloc de 15.9% du capital de la Société par ETS à Dynamic Treasure Group Ltd ("DTG") en 2021. Le juge a rendu publique une ordonnance le 18 juillet 2024, qui exige, sous réserve d'éventuels recours, la restitution de la participation de 15,9% par DTG à ETS, actuellement en liquidation au Luxembourg au plus tard le 26 juillet 2024.

CALENDRIER FINANCIER

29 octobre 2024 – Publication des ventes du 3ème trimestre

Une conférence téléphonique à destination des investisseurs et des analystes sera tenue, 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 5 avril 2024 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 ventes par région

Répartition des DOS	S1-23	2023	T1-24	S1-24	Variation T2-24	Variation S1-24
<u>Par région</u>						
France	463	470	473	475	+2	+5
EMEA	399	411	410	406	-4	-5
Amérique	167	176	177	180	+3	+4
Asie Pacifique	301	316	304	280	-24	-36
<u>Par marque</u>						
Sandro	575	591	586	579	-7	-12
Maje	477	490	488	479	-9	-11
Claudie Pierlot	206	210	209	201	-8	-9
Fursac	72	82	81	82	+1	-
Total DOS	1 330	1 373	1 364	1 341	-23	-32

Répartition des POS	S1-23	2023	T1-24	S1-24	Variation T2-24	Variation S1-24
<u>Par région</u>						
France	464	471	473	475	+2	+4
EMEA	520	555	549	546	-3	-9
Amérique	200	215	218	221	+3	+6
Asie Pacific	474	489	479	459	-20	-30
<u>Par marque</u>						
Sandro	744	775	767	764	-3	-11
Maje	615	640	636	628	-8	-12
Claudie Pierlot	227	233	234	226	-8	-7
Fursac	72	82	82	83	+1	+1
Total POS	1 658	1 730	1 719	1 701	-18	-29
dont partenaires POS	328	357	355	360	+5	+3

COMPTES CONSOLIDES

COMPTE DE RESULTAT (M€)	S1 2023	S1 2024
Chiffre d'affaires	609,8	585,3
Coût des ventes	-225,5	-215,8
Marge brute	384,3	369,5
Autres produits et charges opérationnels	-126,1	-127,8
Charges de personnel	-142,5	-143,3
Dotations et reprises aux amortissements et aux provisions	-79,4	-79,7
Plans d'attribution gratuite d'actions	-3,5	-0,9
Résultat opérationnel courant	32,8	17,8
Autres produits et charges opérationnels non courants	-0,9	-30,4
Résultat opérationnel	31,9	-12,6
Produits et charges financiers	-0,3	-1,2
Coût de l'endettement financier	-12,4	-16,5
Résultat financier	-12,7	-17,7
Résultat avant impôt	19,2	-30,3
Impôt sur le résultat	-5,1	2,6
Résultat net	14,0	-27,7
Résultat de base par action - part du Groupe (€)	0,19	-0,37
Résultat dilué par action - part du Groupe (€)	0,18	-0,37

BILAN - ACTIF (M€)	Au 31 déc. 2023	Au 30 juin 2024
Goodwill	626,7	604,3
Marques, immobilisations incorp. & droit d'utilisation	1 120,4	1 115,0
Immobilisations corporelles	83,1	79,1
Actifs financiers non courants	18,5	18,5
Actifs d'impôts différés	32,0	26,5
Actifs non courants	1 880,7	1 843,4
Stocks	281,8	262,5
Créances clients	68,2	62,7
Autres créances	69,2	64,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie	50,9	37,2
Actifs courants	470,1	427,0
Total actif	2 350,8	2 270,4

BILAN - CAPITAUX PROPRES & PASSIF (M€)	Au 31 déc. 2023	Au 30 juin 2024
Total des capitaux propres	1 180,1	1 156,6
Dettes locatives à long terme	305,7	319,5
Dettes financières à long terme	223,5	160,0
Autres passifs non courants	0,1	0,6
Provisions non courantes	0,7	0,7
Provisions pour engagements de retraites à prestations définies	4,9	4,9
Passif d'impôts différés	166,9	165,4
Passifs non courants	701,8	651,1
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	161,9	134,4
Dettes locatives à court terme	106,6	95,9
Concours bancaires et dettes financières à court terme	113,6	169,1
Provisions courantes	1,3	3,6
Autres dettes courantes	85,5	59,7
Passifs courants	468,9	462,7
Total passif et capitaux propres	2 350,8	2 270,4

TABLEAU DE FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDES (M€)	S1 2023	S1 2024
Capacité d'Autofinancement	120,1	101,6
Variation du besoin en fonds de roulement	-14,0	-4,5
Impôt sur le résultat payé	-13,3	-3,7
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles	92,9	93,4
Dépenses d'investissement	-23,7	-24,1
Autres	-6,1	0,0
Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement	-29,7	-24,0
Variation des dettes financières	-73,0	-37,7
Intérêts financiers versés	-9,0	-11,7
Autres produits et charges financiers	-0,9	-0,7
Remboursement de la dette locative	-67,5	-66,2
Flux nets de trésorerie liés aux activités de financement	-150,3	-116,3
Ecart de change net	-0,5	0,3
Variation nette de la trésorerie	-87,8	-46,6

Réconciliation entre indicateurs de performance opérationnelle comptable et de gestion

MARGE BRUTE (M€) - hors IFRS 16	S1 2023	S1 2024
Marge brute comptable	384,3	369,5
Retraitement des commissions et autres ajustements	61,8	65,5
Marge brute de gestion	446,1	435,0
Coûts directs des points de vente	-269,8	-274,8
Marge retail	176,3	160,3

RESULTAT OPERATIONNEL (M€)	S1 2023	S1 2024
EBITDA ajusté	115,7	98,5
Dotations aux amortissements et aux provisions	-79,4	-79,7
EBIT ajusté	36,3	18,8
LTIP	-3,5	-0,9
EBIT	32,8	17,8
Autres produits et charges non courants	-0,9	-30,4
Résultat opérationnel	31,9	-12,6

FCF (en M€)	S1 2023	S1 2024
Capacité d'Autofinancement	120,1	101,6
Variation du besoin en fonds de roulement	-14,0	-4,5
Impôt sur le résultat payé	-13,3	-3,7
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles	92,9	93,4
Dépenses d'investissement (opérationnel et financier)	-23,7	-24,1
Remboursement de la dette locative	-67,5	-66,2
Intérêts et autres produits et charges financières	-9,9	-12,4
Ecarts de change et autres	-0,5	0,3
Free cash flow	-8,7	-8,8

DETTE FINANCIERE NETTE (M€)	Au 31 déc. 2023	Au 30 juin 2024
Dettes financières à long terme & autres passifs non courants	-223,6	-158,0
Concours bancaires et dettes financières à court terme	-113,6	-171,7
Trésorerie et équivalents de trésorerie	50,9	37,2
Dette financière nette	-286,3	-292,5
<i>EBITDA ajusté (hors IFRS) sur 12 mois</i>	<i>112,4</i>	<i>95,9</i>
Dette financière nette / EBITDA ajusté	2,55x	3,05x

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 46 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

Tristan Roquet Montegon

+33 (0) 1 53 96 83 83

smcp@brunswickgroup.com