

SMCP

sandro • maje • claudie pierlot • fursac



Résultats S1 2025

Communiqué - Paris, le 29 juillet 2025

Poursuite de la croissance des ventes portée par les régions Amérique et EMEA
Marge d'EBIT ajusté plus que doublée
Flux de trésorerie record et réduction significative de la dette nette

- **Chiffre d'affaires de 601,1 M€ au premier semestre**, en croissance organique¹ de +3,0% par rapport au S1 2024 (585,3 M€)
 - Croissance dans toutes les régions, hors APAC impactée par l'optimisation du réseau de magasins réalisée en 2024
 - Ventes à réseau comparable en hausse de +2,8% au niveau mondial ; tendance stabilisée dans les magasins physiques en Chine
 - Chiffre d'affaires du deuxième trimestre de 304,5 M€, +3,3% en organique par rapport au T2 2024 (298,4 M€)
 - Poursuite de la stratégie *full price*: réduction du taux moyen de discount de trois points par rapport au premier semestre 2024
- **EBIT ajusté plus que doublé par rapport au S1 2024**, tant en valeur absolue (42,6 M€, contre 18,8 M€ au S1 2024) qu'en pourcentage du chiffre d'affaires (7,1% contre 3,2% en S1 2024)
- **Résultat Net positif de 11,0 M€**, contre -27,7 M€ au S1 2024
- **Discipline financière stricte** : l'effet combiné de la gestion stricte des stocks (-13% par rapport au S1 2024) et de l'amélioration de la performance opérationnelle permet une **génération de free cash-flow** à un plus haut historique pour un premier semestre (33,1 M€) et une **réduction significative de la dette nette**, à 205,6 M€ (levier de 1.9x l'EBITDA ajusté)
- **Réseau de magasins** de 1 642 points de vente à fin juin :
 - 20 fermetures nettes sur le semestre, provenant du retail
 - Expansion dynamique via les partenaires dans des marchés existants et nouveaux

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 : « *Au premier semestre 2025, nous affichons une bonne dynamique portée par une performance commerciale soutenue dans la plupart de nos marchés, en particulier en Europe et en Amérique. Ce momentum vient récompenser le travail des équipes sur la désirabilité de nos marques et la poursuite de notre stratégie full price. Les initiatives lancées en 2024 (rationalisation du parc de magasins, notamment en Chine, gestion rigoureuse des coûts) portent aujourd’hui leurs fruits et nous ont permis de plus que doubler notre marge d’EBIT ajusté au cours du premier semestre. Cette discipline financière se traduit également par une forte génération de flux de trésorerie et une réduction significative de notre dette nette. Nous abordons donc le second semestre engagés à poursuivre cette dynamique positive et faire rayonner nos marques dans le monde, malgré un environnement qui reste exigeant* »

INDICATEURS FINANCIERS

M€	S1 2024	S1 2025	Variation en données publiées
Chiffre d'affaires	585,3	601,1	+2,7%
EBITDA ajusté	98,5	112,0	+13,8%
EBIT ajusté	18,8	42,6	+126,7%
Résultat net	-27,7	11,0	+38,7 M€
Free Cash-Flow	-8,8	33,1	+41,9 M€
Dette nette	292,5	205,6	-30%

CHIFFRE D'AFFAIRES

M€	T2 2024	T2 2025	Variation organique	Variation en données publiées	S1 2024	S1 2025	Variation organique	Variation en données publiées
Chiffre d'affaires par région								
France	104,3	104,9	+0,6%	+0,6%	202,5	207,0	+2,3%	+2,3%
EMEA hors France	102,4	106,0	+3,0%	+3,5%	191,8	204,0	+5,9%	+6,3%
Amérique	42,8	49,6	+21,6%	+16,0%	84,8	93,5	+11,9%	+10,3%
Asie Pacifique	48,9	43,9	-6,2%	-10,3%	106,2	96,6	-8,0%	-9,0%
Chiffre d'affaires par								
Sandro	151,9	154,7	+3,3%	+1,8%	292,3	302,2	+3,7%	+3,4%
Maje	109,9	113,6	+4,9%	+3,4%	218,8	224,3	+2,9%	+2,5%
Autres marques ¹	36,6	36,2	-1,4%	-1,3%	74,1	74,6	+0,5%	+0,6%
TOTAL	298,4	304,5	+3,3%	+2,0%	585,3	601,1	+3,0%	+2,7%

¹ Marques Claudie Pierlot et Fursac

CHIFFRES D'AFFAIRES PAR REGION

En **France**, le chiffre d'affaires du S1 2025 s'élève à 207 M€, en croissance organique de +2,3% par rapport au S1 2024. Le réseau comparable est en croissance tant en boutiques physiques qu'en digital, témoignant du dynamisme de l'activité sur l'ensemble des canaux. Cette tendance favorable s'est inscrite dans la continuité d'une stratégie *full-price* rigoureuse, particulièrement pour les marques Maje et Claudie Pierlot.

Les ventes du T2 2025, à 105 M€, se maintiennent au niveau du T2 2024 qui constituait une base de comparaison élevée (T2 2024 : +6,5 % par rapport à T2 2023).

Le Groupe a poursuivi la rationalisation de son parc de magasins avec 16 fermetures nettes sur le semestre, principalement sur la marque Claudie Pierlot.

Dans la région **EMEA**, les ventes du S1 2025 atteignent 204 M€, en progression organique de +5,9% par rapport au S1 2024, portée par la croissance *like-for-like* (+6,0%), qui est positive dans presque tous les marchés opérés en direct, ainsi que par l'activité via les partenaires. L'exécution de la stratégie *full-price* se poursuit.

La tendance du T2 2025 (+3,0% vs T2 2024) est comparable au T1 2025 en retail. Les ventes via nos partenaires sont affectées par un effet timing entre le T1 et le T2.

Le réseau enregistre une croissance nette de 19 points de vente au cours du semestre, portée par des ouvertures de partenaires, notamment dans de nouveaux pays comme les Balkans et la Jordanie.

En **Amérique**, le chiffre d'affaires du S1 2025, de 94 M€, enregistre une croissance organique remarquable de +11,9% par rapport au S1 2024 (dont +21,6% au T2 2025), portée à la fois par l'effet prix (Etats-Unis) et par la progression des volumes, mais aussi par le succès des ouvertures de 2024. Le taux de discount est resté stable par rapport à 2024 dans un environnement concurrentiel et promophile. Tous les pays de la zone sont en croissance, aussi bien en retail (*like-for-like* positif aux États-Unis et au Canada) qu'avec les partenaires (croissance particulièrement soutenue au Mexique). Cette performance est réalisée malgré une baisse du réseau de points de vente, avec 25 fermetures nettes sur le semestre, principalement liées à la fermeture des corners Hudson's Bay au Canada qui devraient être remplacés par un nouveau partenariat local.

En **APAC**, les ventes atteignent 97 M€ au S1 2025, en repli de -8,0% en organique par rapport au S1 2024. Cette baisse résulte, comme anticipé, de l'effet en année pleine de l'optimisation du réseau en Chine (65 fermetures nettes en 2024). Toutefois, la tendance se stabilise sur le périmètre des magasins comparables.

Dans le reste de la région, plusieurs marchés ont montré une bonne résilience (Singapour, Vietnam, Malaisie et Thaïlande), et les démarrages de l'activité en Inde, en Indonésie et aux Philippines sont prometteurs. En Corée du Sud, le Groupe est en cours de changement de partenaire de distribution, à l'issue du contrat actuel, sans impact attendu sur la continuité des opérations.

Le réseau de points de vente est en légère croissance avec deux ouvertures nettes.

RESULTATS CONSOLIDES S1 2025

L'EBITDA ajusté atteint 112 M€ au S1 2025 (soit une marge d'EBITDA ajusté de 19% des ventes) contre 98 M€ au S1 2024 (17% des ventes).

La **marge brute de gestion** en pourcentage du chiffre d'affaires (74,3%) est stable par rapport au S1 2024. La progression de la marge brute en retail, soutenue par une discipline stricte en matière de taux de discount (-3 points comparé au S1 2024), est compensée par un mix canal défavorable (poids croissant des ventes via nos partenaires, comme anticipé).

Les **OPEX** (coûts des magasins¹ et frais généraux et administratifs) enregistrent un recul grâce aux initiatives d'optimisation des coûts. Cette diminution s'explique notamment par l'optimisation du réseau en Chine et la rationalisation des frais généraux à l'échelle du Groupe. Grâce à la croissance des ventes, ces OPEX sont également mieux absorbés.

Les dotations aux amortissements et aux provisions s'élèvent à -69 M€ au S1 2025, en recul par rapport au S1 2024 (-80 M€). Hors IFRS 16, elles représentent 3% des ventes au S1 2025 (4% au S1 2024). La non-récurrence, en 2025, de charges liées à la fermeture de boutiques en 2024 contribue à cette diminution.

L'EBIT ajusté atteint 43 M€ au S1 2025 contre 19 M€ au S1 2024. La marge d'EBIT ajusté s'élève à 7,1% au S1 2024 (3,2% au S1 2024).

Les autres charges non courantes s'élèvent à -8 M€, en recul par rapport au S1 2024 (-30 M€). Elles sont essentiellement constituées d'*impairment* de boutiques et de *goodwill*, sans effet cash.

Les charges financières s'élèvent à -15 M€ au S1 2025 contre -18 M€ au S1 2024 (incluant -7 M€ d'intérêts sur la dette locative, en ligne avec le S1 2024). Compte tenu de la diminution de l'encours de dette bancaire, les intérêts afférents sont en baisse (-7M€ au S1 2025, contre -9 M€ au S1 2024).

Après prise en compte d'une charge **d'impôt sur le résultat de -6 M€** au S1 2025 (contre un produit de +3 M€ au S1 2024), **le résultat net - part du Groupe est un profit de 11 M€** (contre une perte de -28 M€ au S1 2024).

BILAN ET DETTE FINANCIERE NETTE S1 2025

Le Groupe a poursuivi le **contrôle strict de ses stocks et de ses investissements**. Les stocks ont diminué de 13% passant de 263 M€ au 30 juin 2024 à 229 M€ au 30 juin 2025. Les Capex représentent 3% du chiffre d'affaires au S1 2025 (4% au S1 2024).

La **dette financière nette baisse significativement, à 206 M€** au 30 juin 2025 contre 293 M€ au 30 juin 2024 et 237 M€ au 31 décembre 2024. Le ratio dette nette/EBITDA² ajusté s'élève à 1,9x.

Les maturités du *Term Loan* et de la ligne de crédit renouvelable (RCF) ont été étendues de mai 2026 à mai 2027 pour 57 M€ (sur 75 M€) et 155 M€ (sur 200 M€) respectivement.

¹ Hors IFRS 16

² Ebitda ajusté calculé sur 12 mois glissants et hors impacts de la norme IFRS 16

CONCLUSION

Grâce à une bonne dynamique des ventes, notamment soutenue par l'activité en Amérique et à une progression à périmètre comparable permettant une meilleure absorption des coûts, le Groupe démontre la pertinence de ses choix stratégiques. Les plans d'action engagés portent leurs fruits, se traduisant par une amélioration de la marge d'EBIT, en ligne avec les objectifs fixés pour le second semestre 2026.

La stricte discipline financière du Groupe a notamment permis une génération de cash-flow libre historique pour un premier semestre et à une réduction significative de la dette nette et du ratio d'endettement, témoignant de la solidité de sa trajectoire.

Dans un contexte externe toujours incertain et exigeant, le Groupe reste pleinement mobilisé pour poursuivre la mise en œuvre de ses plans d'action, tant sur la croissance du chiffre d'affaires que sur la maîtrise des coûts, avec pour ambition de confirmer au second semestre la dynamique positive de nos marques observée au premier semestre.

AUTRES INFORMATIONS

Approbation des comptes

Le Conseil d'administration s'est réuni ce jour pour arrêter les comptes consolidés du premier semestre 2025. 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 15,5% du capital de SMCP en 2021

SMCP a été informée que la Haute Cour de Singapour a décidé le 4 juillet d'ordonner à Dynamic Treasure Group Ltd (DTG) de restituer à European Topsoho S.à r.l. (ETS) la participation de 15,5% du capital de SMCP qui lui avait été cédée en 2021. DTG devait se conformer à cette décision dans un délai d'une semaine à compter de sa notification (effectuée le 8 juillet). SMCP comprend que DTG ne s'est pas exécuté dans les délais requis, et que Glas a donc initié la procédure de transfert forcé.

Cette ordonnance reste susceptible d'appel (un mois à compter de la notification).

SMCP tiendra le marché informé de la restitution effective de cette participation à ETS.

CALENDRIER FINANCIER

23 octobre 2025 - Publication des ventes du 3ème trimestre

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 ventes par région

Répartition des DOS	S1-24	2024	T1-25	S1-25	Variation T2-25	Variation S1-25
Par région						
France	475	473	464	457	-7	-16
EMEA	406	395	387	394	+7	-1
Amérique	180	178	162	162	-	-16
Asie Pacifique	280	247	245	242	-3	-5
Par marque						
Sandro	579	564	550	547	-3	-17
Maje	479	468	454	456	+2	-12
Claudie Pierlot	201	185	177	176	-1	-9
Fursac	82	76	77	76	-1	-
Total DOS	1 341	1 293	1 258	1 255	-3	-38

Répartition des POS	S1-24	2024	T1-25	S1-25	Variation T2-25	Variation S1-25
Par région						
France	475	473	464	457	-7	-16
EMEA	546	536	541	555	+14	+19
Amérique	221	226	206	201	-5	-25
Asie Pacific	459	427	429	429	-	+2
Par marque						
Sandro	764	755	751	749	-2	-6
Maje	628	621	614	622	+8	+1
Claudie Pierlot	226	209	197	193	-4	-16
Fursac	83	77	78	78	-	+1
Total POS	1 701	1 662	1 640	1 642	+2	-20
dont partenaires POS	360	369	382	387	+5	+18

COMPTES CONSOLIDES

COMPTE DE RESULTAT (M€)	S1 2024	S1 2025
Chiffre d'affaires	585,3	601,1
Coût des ventes	-211,1	-220,1
Marge brute comptable	374,2	381,0
Autres produits et charges opérationnels	-132,4	-123,3
Charges de personnel	-143,3	-145,7
Dotations et reprises aux amortissements et aux provisions	-79,7	-69,4
Plans d'attribution gratuite d'actions	-0,9	-1,8
Résultat opérationnel courant	17,8	40,8
Autres produits et charges opérationnels non courants	-30,4	-8,2
Résultat opérationnel	-12,6	32,6
Produits et charges financiers	-1,2	-0,4
Coût de l'endettement financier	-16,5	-14,7
Résultat financier	-17,7	-15,1
Résultat avant impôt	-30,3	17,5
Impôt sur le résultat	2,6	-6,5
Résultat net	-27,7	11,0
Résultat de base par action - part du Groupe (€)	-0,37	0,14
Résultat dilué par action - part du Groupe (€)	-0,37	0,14

BILAN - ACTIF (M€)	Au 31 déc. 2024	Au 30 juin 2025
Goodwill	604,3	599,9
Marques, immobilisations incorp. & droit d'utilisation	1 139,1	1 089,3
Immobilisations corporelles	79,7	66,5
Actifs financiers non courants	16,8	15,2
Actifs d'impôts différés	29,6	25,7
Actifs non courants	1 869,6	1 796,7
Stocks	260,2	229,1
Créances clients	69,0	64,3
Autres créances	50,8	45,5
Trésorerie et équivalents de trésorerie	48,5	43,7
Actifs courants	428,5	382,6
Total actif	2 298,1	2 179,3

BILAN - CAPITAUX PROPRES & PASSIF (M€)	Au 31 déc. 2024	Au 30 juin 2025
Total des capitaux propres	1 163,1	1 166,7
Dettes locatives à long terme	343,5	301,6
Dettes financières à long terme	158,7	92,2
Autres passifs non courants	0,6	0,6
Provisions non courantes	4,9	4,5
Provisions pour engagements de retraites à prestations définies	4,6	4,8
Passif d'impôts différés	163,9	164,1
Passifs non courants	676,2	567,8
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	143,4	114,5
Dettes locatives à court terme	100,7	93,3
Concours bancaires et dettes financières à court terme	126,4	156,5
Provisions courantes	1,6	1,3
Autres dettes courantes	86,7	79,2
Passifs courants	458,8	444,8
Total passif et capitaux propres	2 298,1	2 179,3

TABLEAU DE FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDES (M€)	S1 2024 publié	S1 2024 restaté	S1 2025
Capacité d'Autofinancement	101,6	97,8	110,8
Variation du besoin en fonds de roulement	-4,5	-3,9	5,6
Impôt sur le résultat payé	-3,7	-3,7	2,3
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles *	93,4	90,3	118,7
Dépenses d'investissement	-24,1	-24,1	-16,7
Autres	0,0	-	-
Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement *	-24,0	-24,1	-16,7
Programme de rachat d'actions propres	-	-	-1,3
Variation des dettes financières	-37,7	-37,7	-38,7
Intérêts financiers versés	-11,7	-11,7	-7,2
Autres produits et charges financiers	-0,7	-0,7	-0,3
Remboursement de la dette locative	-66,2	-63,0	-59,6
Flux nets de trésorerie liés aux activités de financement	-116,3	-113,1	-107,2
Ecart de change net	0,3	0,3	-1,7
Variation nette de la trésorerie	-46,6	-46,6	-6,9

* changement de présentation des produits de cession d'immobilisations corporelles et incorporelles

Réconciliation entre indicateurs de performance opérationnelle comptable et de gestion

MARGE BRUTE (M€) - hors IFRS 16	S1 2024	S1 2025
Marge brute comptable	374,2	381,0
Retraitement des commissions et autres ajustements	60,6	65,8
Marge brute de gestion	435,0	446,8
Coûts directs des points de vente	-274,8	-271,8
Marge <i>retail</i>	160,3	175,0

RESULTAT OPERATIONNEL (M€)	S1 2024	S1 2025
EBITDA ajusté	98,5	112,0
Dotations aux amortissements et aux provisions	-79,7	-69,4
EBIT ajusté	18,8	42,6
LTIP	-0,9	-1,8
EBIT	17,8	40,8
Autres produits et charges non courants	-30,4	-8,2
Résultat opérationnel	-12,6	32,6

FCF (en M€)	S1 2024 publié	S1 2024 restaté	S1 2025
Capacité d'Autofinancement	101,6	97,8	110,8
Variation du besoin en fonds de roulement	-4,5	-3,9	5,6
Impôt sur le résultat payé	-3,7	-3,7	2,3
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles *	93,4	90,3	118,7
Dépenses d'investissement (opérationnel et financier)	-24,1	-24,1	-16,7
Remboursement de la dette locative	-66,2	-63,0	-59,6
Intérêts et autres produits et charges financières	-12,4	-12,4	-7,6
Ecart de change et autres	0,3	0,3	-1,7
Free cash flow	-8,8	-8,8	33,1

* changement de présentation des produits de cession d'immobilisations corporelles et incorporelles

DETTE FINANCIERE NETTE (M€)	Au 31 déc. 2024	Au 30 juin 2025
Dettes financières à long terme & autres passifs non courants	-159,3	-92,8
Concours bancaires et dettes financières à court terme	-126,4	-156,5
Trésorerie et équivalents de trésorerie	48,5	43,7
Dettes financières nettes	-237,2	-205,6
<i>EBITDA ajusté (hors IFRS) sur 12 mois</i>	<i>92,2</i>	<i>108,4</i>
Dettes financières nettes / EBITDA ajusté	2,57x	1,90x

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 55 pays, le Groupe dont Isabelle Guichot est Directeur général, 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