

DOCUMENT D'ENREGISTREMENT UNIVERSEL

Rapport financier annuel

2025

Sommaire

Modèle d'affaires 4

1. *Le Groupe et ses activités* 7

1.1 Histoire 8
1.2 Activités 9
1.3 Le marché du prêt-à-porter et des accessoires 22
1.4 Un modèle singulier, créateur de valeur 23
1.5 Axes stratégiques 28
1.6 Organigramme 30
1.7 Environnement législatif et réglementaire 33

2. *Facteurs de risques et contrôle interne* RFA 39

2.1 Facteurs de risques 40
2.2 Assurance et couverture des risques 58
2.3 Contrôle interne et gestion des risques 59
2.4 Les organes de contrôle 60
2.5 Le dispositif de gestion des risques 60

3. *Rapport de durabilité* RFA 63

3.1 Informations générales 64
3.2 Informations environnementales 85
3.3 Informations sociales 120
3.4 Informations sur la conduite des affaires 148
3.5 Annexe 155
3.6 Rapport de certification des informations en matière de durabilité et de contrôle des exigences de publication des informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 de SMCP 165

4. *Gouvernement d'entreprise* RFA 171

4.1 Organisation de la gouvernance 172
4.2 Rémunérations et avantages 200
4.3 Engagements avec les parties liées et Conventions 228

5. *Analyse de l'activité et perspectives* RFA 231

5.1 Faits marquants 232
5.2 Analyse de l'activité et des résultats consolidés 233
5.3 Cash-flow et flux de trésorerie 241
5.4 Structure financière 244
5.5 Perspectives 248

6. *États financiers* RFA 251

6.1 Comptes consolidés 252
6.2 Comptes sociaux 302

7. *Capital et actionnariat* 317

7.1 Actionnariat RFA 318
7.2 Dividendes RFA 325
7.3 Assemblée générale et droits de vote 325
7.4 Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique RFA 326
7.5 Informations sur le capital social RFA 329

8. *Annexes* 335

8.1 Présentation de l'émetteur 336
8.2 Informations relatives aux contrôleurs légaux 337
8.3 Informations sur le document d'enregistrement universel 338
8.4 Responsable du document d'enregistrement universel RFA 340
8.5 Documents accessibles au public 340

Tables de concordance 341

Les éléments du rapport financier annuel sont identifiés dans le sommaire à l'aide du pictogramme RFA

SMCP

DOCUMENT D'ENREGISTREMENT UNIVERSEL

Incluant le Rapport financier annuel

2025

AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS
AMF

Le document d'enregistrement universel a été déposé le 9 avril 2026 auprès de l'AMF, en sa qualité d'autorité compétente au titre du règlement (UE) 2017/1129, sans approbation préalable conformément à l'Article 9 dudit règlement.

Le document d'enregistrement universel peut être utilisé aux fins d'une offre au public de titres financiers ou de l'admission de titres financiers à la négociation sur un marché réglementé s'il est complété par une note d'opération et le cas échéant, un résumé et tous les amendements apportés au document d'enregistrement universel. L'ensemble alors formé est approuvé par l'AMF conformément au règlement (UE) 2017/1129.

Des exemplaires du présent document d'enregistrement universel sont disponibles sans frais auprès de SMCP, 49, rue Étienne Marcel, 75001 Paris, France, ainsi que sur les sites Internet de SMCP (www.smcp.com) et de l'AMF (www.amf-france.org).

Le présent document d'enregistrement universel est une reproduction de la version officielle du document d'enregistrement universel établi au format xhtml et disponible sur le site internet de l'AMF (www.amf-france.org) ainsi que sur celui de la société (https://www.smcp.com).



ISABELLE GUICHOT
Directeur Général SMCP SA

Chers actionnaires,

L'année 2025 marque une étape clé pour SMCP. Dans un environnement macroéconomique et géopolitique toujours incertain, notre Groupe a démontré la solidité de son modèle et la pertinence de sa stratégie, tout en réaffirmant sa position de leader du *Premium Créatif*. Nous avons enregistré une amélioration nette de la rentabilité, une génération de trésorerie record et un renforcement significatif de notre structure financière.

Nous avons poursuivi l'exécution disciplinée de notre plan stratégique lancé en 2024 afin de restaurer une croissance rentable et durable. Malgré un contexte de consommation plus contraint, notamment en France au second semestre, notre chiffre d'affaires est resté résilient, porté par l'EMEA (hors France) et l'Amérique. En Asie, l'optimisation du réseau en Chine continue d'impacter l'activité, mais les ventes à réseau comparable en magasins physiques montrent des signes tangibles de stabilisation, ce qui est prometteur.

Les effets de nos choix stratégiques sont pleinement visibles en 2025. Une politique stricte de *full price*, la maîtrise des coûts et une gestion rigoureuse des stocks ont permis une amélioration marquée des marges. L'EBIT ajusté progresse fortement, le résultat net redevient positif et le free cash-flow atteint un niveau record, permettant de réduire la dette nette de près de 40 % en un an et de diviser par deux notre levier financier.

Notre développement international s'est poursuivi de manière ciblée via nos partenaires, notamment en Europe de l'Est, au Moyen-Orient, en Asie du Sud-Est et en Amérique du Sud, contribuant à un déploiement agile et maîtrisé de nos marques. En parallèle, nous avons réalisé des avancées structurantes en matière de responsabilité sociale et environnementale, avec des progrès significatifs dans la mise en œuvre de notre feuille de route climat et de nos engagements sociaux.

Je tiens à remercier l'ensemble des équipes SMCP pour leur engagement, leur agilité et leur sens des responsabilités. Guidés par notre raison d'être - Habiller et Habiter le présent - nous avons su ensemble faire preuve d'une mobilisation sans faille pour transformer une année exigeante en une année de progrès significatifs pour le Groupe.

Abordant 2026 avec lucidité, nous restons concentrés sur une exécution disciplinée de notre feuille de route stratégique, dans le respect de l'ADN du Groupe et de sa capacité sans pareille à capter l'air du temps au travers de collections toujours plus désirables.



CHRISTOPHE CUVILLIER
Président du Conseil d'administration

Chers actionnaires,

Dans un environnement international toujours marqué par des tensions géopolitiques, une visibilité réduite et des transformations profondes du secteur de la mode, l'année 2025 illustre la capacité de SMCP à renforcer ses fondamentaux tout en poursuivant une trajectoire résolument tournée vers une création de valeur durable. Elle constitue une étape importante dans la stabilisation et la consolidation du Groupe, après plusieurs exercices complexes pour l'ensemble de notre industrie.

Tout au long de l'année, le Conseil d'administration s'est attaché à accompagner avec rigueur et vigilance l'exécution du plan stratégique lancé en 2024. L'amélioration significative de notre rentabilité, la génération d'une trésorerie record et la réduction marquée de notre endettement confirment la pertinence des orientations retenues et la discipline avec laquelle elles ont été mises en œuvre.

Au-delà des chiffres, 2025 a également été une année de recentrage. Le Groupe a poursuivi le travail engagé sur ses fondamentaux : la désirabilité de ses marques, la cohérence de son réseau de distribution et le renforcement de son exécution opérationnelle. Ces performances marquent une étape déterminante dans l'amélioration significative de la situation financière du Groupe, le renforcement de sa solidité structurelle et contribuent à renforcer la singularité de son modèle.

Sous le leadership d'Isabelle Guichot, l'équipe dirigeante a su conjuguer rigueur stratégique et capacité d'exécution dans un environnement encore exigeant. Le Conseil a exercé son rôle de supervision et d'accompagnement, en veillant à maintenir un équilibre entre performance économique, maîtrise des risques et préservation des atouts de SMCP.

Je tiens à remercier l'ensemble des équipes de SMCP, dont l'engagement, la mobilisation et la résilience ont été déterminants pour atteindre ces résultats.

Je remercie également la famille fondatrice, ainsi que les membres du Conseil d'administration, pour la qualité de leurs contributions, la richesse des débats et leur implication constante au service du Groupe.

Je remercie enfin nos actionnaires pour leur confiance renouvelée et leur fidélité. À l'aube de 2026, le Conseil d'administration reste pleinement mobilisé aux côtés de la Direction générale pour accompagner la poursuite de cette dynamique, avec l'ambition de renforcer durablement la performance du Groupe, tout en préservant ce qui fait l'ADN et la singularité de SMCP.

Modèle d'affaires

Notre vision

Croître sans limite, rêver sans frontière, faire rayonner durablement notre signature

NOS RESSOURCES

Humaines

- **6 323** entrepreneurs passionnés de 109 nationalités
- **81 %** de femmes
- Plus de **120** collaborateurs dans les studios de création et ateliers situés à Paris
- **82 %** des équipes dans les métiers de la vente

Financières

- **1 217 M€** de chiffre d'affaires
- **40 M€** d'investissements Capex en moyenne par an (2023 à 2025)

Naturelles

- **Stratégie climat** validée par le SBTi et **stratégie biodiversité**
- **68 %** de matières issues de ressources naturelles*
- **18 617 MWh** d'énergie consommée

Chaîne d'approvisionnement

- **271** fournisseurs de rang 1**
- L'activité à façon représente **33 %** des achats de production
- **Démarche de traçabilité** déployée à travers le Groupe

Réseau de distribution premium et international

- Présence dans **59** pays *via* **1 630** points de vente
- **90 %** du chiffre d'affaires lié à la distribution en direct
- **20 %** du chiffre d'affaires lié au digital
- **Plus de 3,4 millions de clients** actifs

* *Coton, laine, lin, viscose, cuir.*
** *Fournisseurs directs en charge des étapes de confection et d'assemblage des produits finis.*
*** *Claudie Pierlot et Fursac.*
**** *56 % au Conseil d'administration, 69 % au Comité exécutif.*

NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES

Des marques agiles, accessibles et responsables

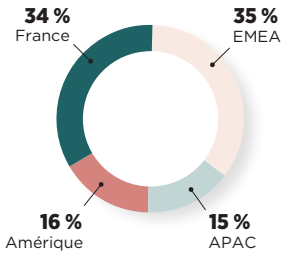
Nos marques :

SANDRO · maje · CLAUDIE PIERLOT PARIS · FURSAC

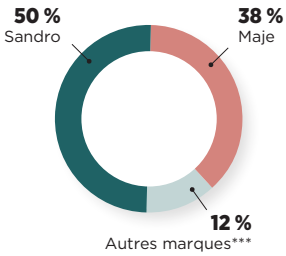
Nos piliers stratégiques :

Inspirer le désir	Placer le client et l'expérience au cœur	Exécuter avec excellence,	Développer notre présence
et renforcer la valeur de nos marques	de tout ce que nous faisons	agilité et responsabilité	de manière sélective et durable

CA par région



CA par marque



TENDANCES

Émergence d'une nouvelle classe moyenne (notamment hors OCDE)

Augmentation des prix du luxe, source d'opportunités pour le segment du luxe accessible

Notre raison d'être :
"Habiller et habiter le présent"

Passionnés — Agiles — Exigeants — Engagés

qui opèrent en respectant les codes du luxe

Notre chaîne de valeur :

1 Design et conception à Paris, des collections prêt-à-porter et accessoires pour femmes et hommes pour Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac

2 Achats de produits finis et à façon dont : 50 % en Euromed, 50 % en Asie

3 Transport 74 % par voie maritime et terrestre

120 JOURS DE DÉLAI

4 5 plateformes **logistiques** réparties à travers le monde

5 Distribution omnicanale de produits neufs et de 2de main grâce à des emplacements prestigieux et une forte présence digitale créant de la valeur

6 Allongement de la durée de vie des produits via le développement de nouveaux services (2de main, location et réparation) et en appliquant le principe de zéro destruction

Évolutions des comportements des consommateurs

Changement climatique et pressions environnementales

NOTRE IMPACT

Collaborateurs

- Recommandation de l'entreprise par les collaborateurs : **7,4/10**
- Au moins **56 %****** de femmes dans les instances dirigeantes
- **66 %** des postes de responsables de boutique vacants pourvus via la promotion interne

Performance financière

- **Marge d'EBIT Ajusté 7,8%** du chiffre d'affaires
- **Free cash flow positif** chaque année depuis l'introduction en bourse du Groupe (en 2017)

Climat et biodiversité

- **26,1 %** de réduction du carbone vs 2022
- **73 %** des références à plus faible impact environnemental
- **85 %** d'électricité d'origine renouvelable

Partenaires amont

- **62 %** des achats de production réalisés avec des fournisseurs de plus de 10 ans d'ancienneté
- **100 %** de fournisseurs de rang 1** couverts par un audit social
- **100 %** de références avec une information sur la traçabilité dont **87 %** des origines pays (élevage/culture) connues pour les matières naturelles stratégiques****,

Clients

- Satisfaction client (NPS consolidé groupe) : **77/100**
- **7 692K** followers sur tous les réseaux sociaux

Communautés

- **Programme de formation** SMCP aux métiers de la vente à destination des personnes éloignées de l'emploi
- **Dons d'invendus et partenariats associatifs** dans chaque marque
- **27 M€** d'impôts et taxes payés en 2025



1.

Le Groupe et ses activités

1.1 Histoire 8

1.2 Activités 9

1.2.1 Les marques et produits du Groupe 9
1.2.2 Implantation géographique 13
1.2.3 L'élaboration des produits 14
1.2.4 Image de marque, communication et marketing 15
1.2.5 La distribution 16
1.2.6 La force de vente 20
1.2.7 L'organisation logistique 20
1.2.8 Une expérience client unique en magasin 21

1.3 Le marché du prêt-à-porter et des accessoires 22

1.3.1 Un marché mondial large et en évolution 22
1.3.2 Une croissance influencée par l'environnement macro-économique 22

1.4 Un modèle singulier, créateur de valeur 23

1.4.1 Un ensemble de marques désirables et complémentaires 23
1.4.2 Un positionnement à part : le *Creative Premium* 24
1.4.3 Un contrat de valeur avec les clients 24
1.4.4 Une équipe de direction solide et une organisation structurée pour accompagner la croissance du Groupe 27

1.5 Axes stratégiques 28

1.5.1 Inspirer le désir et renforcer la valeur des marques 28
1.5.2 Placer le client et l'expérience au cœur 29
1.5.3 Exécuter avec excellence, agilité et responsabilité 29
1.5.4 Développer la présence de manière sélective et durable 29

1.6 Organigramme 30

1.6.1 Organigramme juridique du Groupe au 31 décembre 2025 30
1.6.2 Filiales et participations 32

1.7 Environnement législatif et réglementaire 33

1.7.1 Droit de la consommation et du commerce électronique 33
1.7.2 Responsabilité du fait des produits 34
1.7.3 Réglementation relative à la protection des données personnelles 34
1.7.4 Réglementation des horaires d'ouverture 35
1.7.5 Réglementation des ventes au déballage, soldes, réduction de prix et liquidations 36
1.7.6 Réglementation en matière de ventes privées 36
1.7.7 Commerce international et droits de douane 36
1.7.8 Réglementation fiscale 37
1.7.9 Réglementation environnementale 37

1.1 Histoire

Chapitre 1

Années 80 et 90 : Création des marques Sandro et Maje avec un modèle de distribution *wholesale*

En **1984,** Évelyne Chetrite fonde la marque Sandro à Paris, au cœur du quartier du Marais. Sa sœur, Judith Milgrom, travaille alors avec elle et décide quelques années plus tard de créer sa propre marque, Maje, en **1998.** Leurs créations sont, à cette époque, vendues dans des magasins multimarques.

Chapitre 2

2003 – 2010 : Développement rapide en France et mise en place d'un modèle de distribution purement *retail*

Dès **2003** et **2004,** le succès est tel que Judith et Évelyne décident d'ouvrir leur première boutique à Paris, rive Gauche (rue du Four) pour Maje et dans le Marais (rue Vieille du Temple) pour Sandro. En **2007,** Ilan Chetrite, le fils d'Évelyne Chetrite, se lance à son tour dans l'aventure en créant Sandro Homme.

Très vite, en **2008,** le 100e point de vente voit le jour en France pour Sandro et Maje.

En adoptant ce nouveau modèle de distribution d'exploitation en propre, Sandro et Maje maîtrisent étroitement leur distribution, leur image et leur politique commerciale. Ce modèle leur permet également d'offrir à leurs clients une même expérience dans tous les points de vente de leur réseau.

En **2009,** elles décident de racheter ensemble la marque Claudie Pierlot à sa fondatrice et créent le groupe SMCP (Sandro-Maje-Claudie Pierlot) en 2010.

Le groupe SMCP, nouvellement créé, est alors détenu à hauteur de 50 % du capital et 51 % des droits de vote par L-Capital et Florac, le solde étant détenu par les fondateurs et les dirigeants.

Chapitre 3

2011 – 2019 : Expansion à l'international et création d'un réseau omnicanal

Avec désormais 500 points de vente en France, SMCP décide d'entamer un nouveau chapitre de son histoire de croissance, celui de l'expansion internationale en ouvrant ses premiers points de vente hors de France :

- aux États-Unis à New York en **2011** ;
- puis en Asie dans les villes de Hong Kong en **2012** et de Shanghai en **2013**.

Pour l'accompagner dans cette nouvelle étape de son développement, SMCP s'appuie sur le soutien de KKR qui acquiert, en 2013, 70 % du capital du Groupe, les dirigeants et fondateurs conservant environ 30 %.

L'histoire de croissance du Groupe s'accélère encore : SMCP acquiert en 2014 son partenaire hongkongais AZ Retail Ltd et poursuit son expansion en Asie. En parallèle, le Groupe crée sa plateforme e-commerce et ouvre ses propres sites Internet.

En **2015,** le Groupe ouvre son 1000e point de vente dont 60 points de vente en digital et réalise 50 % de son chiffre d'affaires à l'international.

En **2016,** le groupe chinois Shandong Ruyi, un des plus grands fabricants de textile en Chine continentale, acquiert auprès de KKR le contrôle du Groupe.

En **2017,** SMCP, qui réalise désormais près de 60 % de son chiffre d'affaires à l'international et enregistre une pénétration digitale de plus de 12 %, est introduit en Bourse au mois d'octobre, dans le cadre d'une augmentation de capital d'un montant brut d'environ 120 millions d'euros, voyant ainsi ses actions négociées sur le compartiment A du marché réglementé d'Euronext Paris.

En septembre **2019,** SMCP renforce sa présence sur le segment de l'homme par l'acquisition de la marque Fursac, l'un des leaders français du luxe accessible pour homme, positionné sur le segment *modern tailoring,* qui allie les codes du *tailoring* et du style *casual.*

Chapitre 4

Depuis 2020 : Créer des marques globales, durables et phygitales [1]

Dans un contexte marqué par la pandémie de Covid-19 qui contribue à accélérer certaines tendances de consommation, SMCP a élaboré un nouveau plan stratégique, intitulé *One Journey*, qu'il a communiqué au marché en octobre 2020 et qui lui permettra de bâtir des marques globales, désirables, durables et *phygitales.*

Fin **2021**, la composition de l'actionnariat de la Société a connu des évolutions significatives (voir paragraphe 7.1.2 « Évolution de l'actionnariat »).

En 2021 et **2022**, SMCP a progressivement retrouvé ses niveaux d'activité d'avant Covid, franchissant de nouveau le seuil de 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires en 2021, et dépassant le chiffre d'affaires 2019 en 2022.

En **2023**, SMCP continue l'expansion internationale de son activité avec notamment l'acquisition de son partenaire en Australie et Nouvelle-Zélande et pose les bases pour un nouveau développement avec la signature d'un partenariat en Inde.

En **2024**, dans un environnement de consommation dégradé notamment en Chine, SMCP met en place un plan d'action afin de retrouver un chemin de croissance rentable. Les premières initiatives comprennent l'ajustement du réseau de magasins (en particulier en Chine continentale, ainsi que pour Claudie Pierlot en Europe), l'optimisation du process d'achat de matières, composants et produits, mais également la revue des charges opérationnelles. En **2025**, le Groupe continue la mise en œuvre de ce plan d'action, qui porte ses fruits avec un retour à la croissance rentable, et qui doit se poursuivre en 2026.

(1) Expression utilisée pour décrire une stratégie mixant une présence en physique et une présence sur internet.

1.2 Activités

1.2.1 Les marques et produits du Groupe

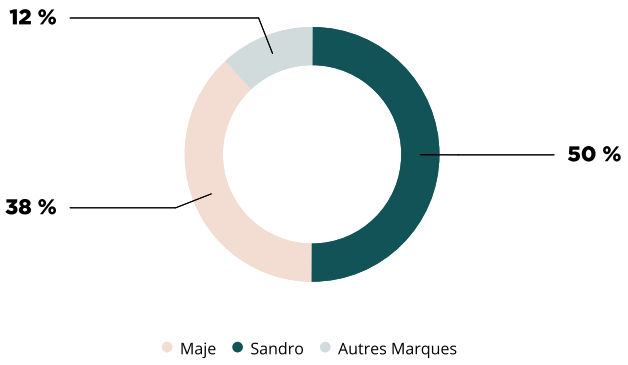
SMCP est un acteur international de la vente *retail* de prêt-à-porter et d'accessoires. Le Groupe commercialise ses collections à travers un réseau de points de vente physiques et de sites Internet.

Le Groupe rassemble quatre marques à forte renommée, chacune disposant de son identité propre et d'équipes de création et d'ateliers dédiés : Sandro (Femme et Homme), Maje, Claudie Pierlot et Fursac.

Ces quatre marques, complémentaires, permettent au Groupe de mieux pénétrer ses marchés en s'adressant à des profils de clients différents avec des gammes de produits adaptés, partageant une seule plateforme globale et une seule chaîne de distribution optimisée.

Le Groupe est organisé autour de 3 divisions :

- **Sandro** : 50 % du chiffre d'affaires en 2025 ;
- **Maje** : 38 % du chiffre d'affaires en 2025 ;
- la division « **Autres Marques** » qui rassemble les marques **Claudie Pierlot** et **Fursac** (12 % du chiffre d'affaires en 2025).



Les collections du Groupe sont composées de vêtements et d'accessoires de haute qualité pour femmes et hommes, dans un segment de prix plus accessible que celui des marques de luxe.

Le Groupe gère le design, le marketing et la commercialisation des produits de ses quatre marques, répondant ainsi aux besoins d'un public large, principalement âgé de 15 à 45 ans. Le Groupe estime que son ancrage parisien constitue une source d'inspiration naturelle, et le socle du positionnement de ses marques.

L'approche créative du Groupe consiste à capter les tendances et les aspirations des consommateurs et à les interpréter en créant et développant des collections de prêt-à-porter et d'accessoires accessibles et très attractifs, tout en démontrant son sens du détail et son savoir-faire, en offrant des produits luxueux à forte valeur ajoutée.

Les marges du Groupe ne sont pas les mêmes selon les marques. Les plus fortes marges sont traditionnellement réalisées sur les ventes des collections Sandro et Maje à destination de la clientèle féminine, en raison d'un degré de maturité plus avancé sur ce marché, et d'un effet de masse critique permettant de mieux absorber les coûts fixes. Sandro Homme, Claudie Pierlot et Fursac enregistrent des marges inférieures, et ont donc un potentiel d'amélioration au fur et à mesure du développement de leur activité et de la productivité de leurs points de vente.

Les marges varient également selon le type de produits vendus. Par exemple, les marges sur les articles de maroquinerie peuvent être inférieures aux marges sur les articles de prêt-à-porter en raison du coût relatif des matières premières.

1.2.1.1 SANDRO

La marque Sandro a été créée en 1984 par Évelyne Chetrite, qui en est actuellement la Directrice artistique. Initialement destinée exclusivement à une clientèle féminine, la marque s'est ouverte à la clientèle masculine en 2007 par la création de Sandro Homme par Ilan Chetrite, fils d'Évelyne Chetrite et actuel Directeur artistique de cette marque.

Style et profil cibles

Les produits de la marque Sandro s'inscrivent dans une esthétique épurée et contrastée. Ils associent l'exigence de l'élégance et la subtilité des détails, à un twist créatif typiquement parisien et mode. Les produits Sandro s'adressent à une clientèle urbaine, ayant développé un goût particulier pour un style vestimentaire contemporain et élégant.

Produits proposés

Les collections Femme sont imaginées comme des vestiaires de saison complets et cohérents, où chaque pièce est complémentaire des autres. Les combinaisons sont infinies et le style versatile. La marque, reconnue pour ses tailleurs et manteaux, propose aussi une vaste gamme de produits de prêt-à-porter, sacs, chaussures et accessoires.

Pour l'homme, si le *tailoring* reste ancré dans l'ADN Sandro, les hommes plébiscitent aussi l'offre *casual wear*. Le studio de création Sandro Homme imagine des collections complètes, savant mélange de pièces essentielles et de créations qui captent l'air du temps et l'immédiateté des désirs.

En outre, en plus des deux collections principales, la marque propose également des collections « capsules » [1]. Ces capsules permettent de diversifier l'offre de produits et de surprendre le client. À titre d'illustration, Sandro a lancé en 2022 une capsule sur le thème de la bande dessinée *Hot Stuff*, en 2023 une capsule avec *Wrangler* s'adressant tant aux hommes qu'aux femmes, en 2024 une collaboration avec l'artiste Louis Barthélémy, et en 2025 une capsule en hommage à Louise Bourgeois.

[1] Les collections « capsules » désignent des collections composées d'un nombre limité de produits et commercialisées durant une période plus réduite que les collections saisonnières.

Implantations géographiques

Le premier magasin Sandro a ouvert ses portes en 2004 dans le quartier du Marais à Paris. Au 31 décembre 2025, la marque comptait 746 points de vente [1] dans 56 pays, dont 149 en France et 597 à l'international. Au total, 346 points de vente sont destinés à la clientèle féminine, 123 à la clientèle masculine (points de vente « Sandro Homme ») et 277 sont des points de vente mixtes (Sandro Femme et Sandro Homme). Les points de vente sont situés dans les capitales et villes importantes des pays d'implantation.

Les points de vente Sandro sont l'incarnation fidèle des valeurs d'authenticité et de générosité de la marque. La simplicité épurée des codes graphiques exprime l'ADN Sandro. Les tonalités claires et chaleureuses se mêlent à la douceur des matériaux pour exprimer une atmosphère intimiste, chic et accueillante. Pensé avec un œil moderne et une main poétique, ce concept propose une expérience qui reflète l'héritage et l'évolution d'Évelyne et Ilan Chetrite, en intégrant une dimension écoresponsable dans les choix architecturaux. À travers des éléments artisanaux comme la céramique ou le bois, l'architecture intérieure des boutiques Sandro fait résonner une authenticité toute personnelle. Le concept architectural Sandro est le trait d'union subtil entre héritage et innovation, intemporalité et renouvellement. Le *flagship* sur l'avenue des Champs-Élysées en est la parfaite illustration.

Le tableau ci-dessous présente la répartition géographique des points de vente de la marque Sandro au 31 décembre 2025 :

	Nombre total de points de vente	dont Sandro Femme	dont Sandro Homme	dont mixte*
France	**149**	**68**	**37**	**44**
Espagne	34	18	6	10
Allemagne	31	14	9	8
Royaume-Uni	25	12	6	7
Suisse	23	13	6	4
Pays-Bas	18	8	4	6
Italie	17	7	3	7
Turquie	14	8	2	4
Émirats Arabes Unis	9	2	-	7
Portugal	7	2	1	4
Irlande	7	4	-	3
Grèce	7	4	1	2
Belgique	5	-	-	5
Égypte	4	-	-	4
Luxembourg	4	1	1	2
Liban	4	3	-	1
Malte	4	2	1	1
Ukraine	4	-	-	4
Autres marchés EMEA	42	18	8	16
Total EMEA	**259**	**116**	**48**	**95**
Corée du Sud	77	47	9	21
Chine continentale	71	24	2	45
Australie	18	11	1	6
Hong Kong SAR	11	5	-	6
Taïwan	10	7	1	2
Autres marchés asiatiques	33	13	3	17
Total APAC	**220**	**107**	**16**	**97**
États-Unis	83	40	18	25
Mexique	21	10	4	7
Canada	12	5	-	7
Chili	1	-	-	1
Argentine	1	-		1
Total Amérique	**118**	**55**	**22**	**41**
TOTAL	**746**	**346**	**123**	**277**

* Points de vente proposant simultanément les produits Sandro Femme et Sandro Homme.

(1) Les points de vente de la marque incluent, qu'ils soient exploités en propre ou en partenariat, les magasins, concessions, outlets et plateformes électroniques.

1.2.1.2 MAJE

La marque Maje a été créée en 1998 par Judith Milgrom, sœur d'Évelyne Chetrite, Directrice artistique de la marque depuis sa création. Maje symbolise la générosité, la créativité, la féminité et la liberté.

Style et profil cibles

La marque Maje propose une mode audacieuse, joyeuse et généreuse, pour toutes les femmes et toutes les occasions. Les collections développent une silhouette féminine à la fois discrète et glamour, composées de pièces twistées de subtils détails. La marque s'exprime à travers une identité qui lui est propre : d'ici et d'ailleurs, authentique, libre et émotionnelle.

Produits proposés

Les produits phares proposés par Maje sont une alliance entre fluidité et structure, de la dentelle, des broderies, de la maille et du cuir. Plus généralement, la marque Maje propose tous types de vêtements ainsi que des chaussures, sacs, bijoux, foulards, ceintures et autres accessoires.

Maje réalise des collaborations créatives et innovantes avec d'autres marques, artistes ou designers dans le cadre de collections capsules, comme celle réalisée avec la franchise *Sailor Moon* en 2022 ou avec l'illustratrice Jiayi Li pour la collection Printemps-Été 2024. En 2025, la marque a créé des sandales en collaboration avec k.Jacques.

Les capsules peuvent également mettre en avant des productions écoresponsables.

Implantations géographiques

Le premier magasin Maje a ouvert ses portes en 2003 rue du Four à Paris. Au 31 décembre 2025, la marque comptait 624 points de vente [1] dans 54 pays, dont 121 situés en France et 503 à l'international. Les points de vente Maje sont présents dans les capitales et villes importantes des pays d'implantation.

Un nouveau concept de boutique Maje a été lancé en 2025 et sera déployé progressivement. La nouvelle boutique Maje a été conçue autour d'inspirations méditerranéennes communes. Le concept repose sur l'utilisation de matériaux naturels et de pièces issues de savoir-faire artisanaux, notamment la terre cuite, la céramique, le bois et le métal. L'agencement met l'accent sur la luminosité, la fonctionnalité et la cohérence avec l'identité visuelle et les valeurs de la marque.

Le tableau ci-dessous présente la répartition géographique des points de vente de la marque Maje au 31 décembre 2025 :

	Nombre total de points de vente
France	**121**
Espagne	35
Allemagne	21
Royaume-Uni	19
Suisse	18
Pays-Bas	13
Turquie	12
Italie	12
Émirats Arabes Unis	9
Irlande	7
Belgique	9
Portugal	6
Grèce	6
Autres marchés EMEA	51
Total EMEA	**218**

	Nombre total de points de vente
Chine continentale	71
Corée du Sud	60
Australie	17
Hong Kong SAR	11
Taïwan	9
Vietnam	6
Thaïlande	6
Autres marchés asiatiques	14
Total APAC	**194**
États-Unis	63
Mexique	16
Canada	12
Total Amérique	**91**
TOTAL	**624**

1.2.1.3 CLAUDIE PIERLOT

Mme Claudie Pierlot, créatrice et modéliste parisienne née en 1947, a créé en 1984 sa marque éponyme. La société Claudie Pierlot a été acquise en 2009.

Style et profil cibles

Fidèle à l'esprit pétillant de sa créatrice, le style Claudie Pierlot porte en héritage son ADN autour de silhouettes simples, mais affirmées, à l'allure impeccable qui définit une Parisienne moderne, naturelle et assumée. De la fête aux voyages, la marque emmène sa cliente dans un univers décomplexé, affranchi des codes de la mode.

Produits proposés

Du *trench* à la robe *babydoll*, en passant par la marinière ou le *new workwear*, Claudie Pierlot propose un vestiaire parisien, composé d'intemporels twistés mode. Une offre d'accessoires, de maroquinerie, de bijoux et de chaussures complète la silhouette de cette femme libre et indépendante qui cultive un style garçonne. La marque s'engage, avec son programme *Claudie Cares* à travers deux axes : une mode responsable et respectueuse de la planète, et une dimension sociétale avec l'*empowerment* des femmes, la promotion de l'inclusion et de la diversité.

Au-delà de ses collections permanentes, la marque travaille des collaborations ponctuelles, comme une capsule avec le géant américain New Era en 2022, ou une capsule *sportswear* en 2024 avec la marque Circle.

(1) Les points de vente de la marque comprennent, qu'ils soient exploités en propre ou en partenariat, les magasins, concessions, outlets et plateformes électroniques.

Implantations géographiques

Au 31 décembre 2025, la marque comptait 184 points de vente [1] dans 17 pays, dont 100 sont situés en France et 84 à l'international. Tout comme les marques Sandro et Maje, les points de vente Claudie Pierlot sont présents dans les capitales et villes importantes des pays d'implantation.

Les points de vente de la marque Claudie Pierlot suivent une approche éco-conçue. Fidèle à l'esprit libre et parisien de la marque, la boutique Claudie Pierlot participe à la construction d'une atmosphère intime mettant en valeur les collections et célèbre une mode parisienne chère à la marque. Le choix des matériaux, éclairages et autres éléments techniques est fait dans une logique RSE très présente.

Le tableau ci-dessous présente la répartition géographique des points de vente de la marque Claudie Pierlot au 31 décembre 2025 :

	Nombre total de points de vente
France	**100**
Espagne	13
Allemagne	12
Royaume-Uni	9
Suisse	8
Italie	8
Portugal	5
Irlande	5
Autres marchés EMEA	11
Total EMEA	**71**

	Nombre total de points de vente
Corée du Sud	11
Chine continentale	1
Total APAC	**12**
États-Unis	1
Total Amérique	1
TOTAL	**184**

1.2.1.4 FURSAC

Créée en 1973 par les frères Laufer, et installant ses premiers ateliers à Saint-Pierre-de-Fursac, la marque se déploie à l'orée des années 1980 et lance sous son nom de baptême *M. De Fursac* ses premières grandes campagnes publicitaires. En 1990, elle est acquise par Edmond Cohen et ouvre en 1992 sa première boutique parisienne au 112, rue de Richelieu dans le 2e arrondissement à Paris. La griffe s'aiguise, se modernise et raccourcit son nom une décennie plus tard en 2003. La marque De Fursac, acquise par SMCP en septembre 2019, est aujourd'hui un des leaders français du luxe accessible pour homme. En 2021, De Fursac devient Fursac ; le changement de nom signe une nouvelle ère pour la marque.

Depuis l'acquisition par le Groupe, Fursac a enrichi son offre produits par le développement du *casual wear*. Le réseau de boutiques a commencé à être étendu à l'international dans les pays proches de la France (Suisse, Belgique, Luxembourg, Royaume-Uni, Allemagne et Espagne). Par ailleurs, depuis 2022, la marque a intégré le calendrier de la semaine de la mode masculine de Paris.

Style et profil cibles

Fursac s'adresse à une clientèle masculine, plutôt jeune et urbaine, qui exprime à travers le vêtement ce qu'il y a de plus élégant en soi. La marque jouit d'un positionnement unique sur le segment du prêt-à-porter haut de gamme pour homme, alliant savoir-faire tailleur, élégance française et intemporalité. Fursac propose un vestiaire qui permet d'habiller tous les hommes dans une proposition de style toutefois affirmée.

Produits proposés

Fursac est une marque référente du vestiaire masculin sur le segment du prêt-à-porter haut de gamme. La marque développe avec succès un vestiaire complet, une offre allant de *l'urban casual* au *tailoring* en passant par l'*evening wear*. Les produits phares de la marque sont, au-delà des costumes, les extérieurs, la maille et les chemises. Fursac a par ailleurs lancé plusieurs capsules avec d'autres marques, comme celle avec Mephisto en 2024.

Implantations géographiques

Au 31 décembre 2025, la marque comptait 76 points de vente [1] dans 10 pays, dont 54 sont situés en France.

Les points de vente de la marque Fursac se caractérisent par une esthétique fondée sur une palette de tons lumineux, un espace aéré, et un choix de matériaux (boiseries, panneautages miroirs) qui concentrent la mise en scène sur le vêtement et l'accessoire. La boutique, avec ses vitrines ouvertes sur rue et sa mosaïque, rappelle l'héritage parisien des Grands Boulevards.

Le tableau ci-dessous présente la répartition par pays des points de vente de la marque Fursac au 31 décembre 2025 :

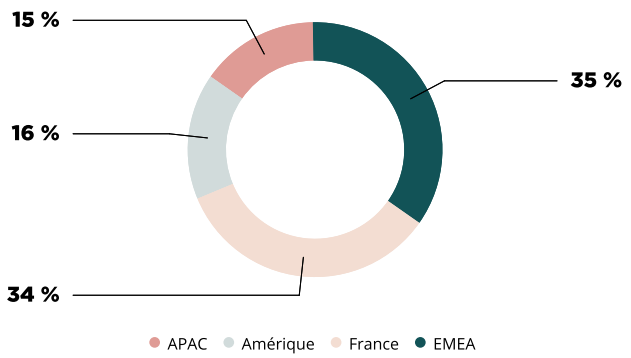
Pays	Nombre total de points de vente
France	**54**
Suisse	5
Espagne	3
Royaume-Uni	2
Allemagne	2
Luxembourg	1
Belgique	1
Autres	3
Total EMEA	**17**
Corée du Sud	2
Autres	3
Total APAC	5
TOTAL	**76**

(1) Les points de vente de la marque comprennent, qu'ils soient exploités en propre ou en partenariat, les magasins, concessions, outlets et plateformes électroniques.

1.2.2 Implantation géographique

Au cours de ces dernières années, le Groupe s'est implanté dans les principales capitales mondiales de la mode et a étendu sa présence hors de France, son lieu d'implantation historique, en particulier dans les zones :

- **EMEA** (35 % du chiffre d'affaires 2025) : le Groupe, qui dispose de 565 points de vente à fin 2025 (incluant les partenariats), a conquis avec succès de nouveaux marchés au cours de ces dernières années. En 2025, il a ouvert 29 points de vente, en particulier via des partenaires avec l'ouverture de 5 nouveaux pays (dans les Balkans, en Géorgie et en Jordanie) et avec la poursuite du développement dans les marchés existants (Turquie, Moyen-Orient) ;
- **APAC** (15 % du chiffre d'affaires 2025) : le Groupe dispose de 431 points de vente à fin 2025, notamment en Chine continentale (143) et en Corée du Sud (150). En 2025, la finalisation de l'optimisation du réseau en Chine Continentale est compensée par des ouvertures de nouveaux pays via des partenaires (Inde et Philippines) ;
- **Amérique** (16 % du chiffre d'affaires en 2025) : cette zone comprend 210 points de vente au 31 décembre 2025, incluant les partenariats. Au cours de l'exercice, le réseau a baissé de 16 unités, principalement au Canada et aux États-Unis. Deux nouveaux marchés ont été ouverts via des partenaires, l'Argentine et le Chili.



Le Groupe opère ses activités en s'appuyant sur sa capacité à déterminer et négocier des emplacements recherchés et sur un modèle de distribution vertical, caractérisé par une combinaison de points de vente situés dans des zones prisées et des concessions bénéficiant de positions privilégiées dans des grands magasins prestigieux.

Entre 2015 et 2019, le Groupe a rapidement et efficacement étendu son réseau de points de vente, avec 120 ouvertures nettes par an en moyenne hors Fursac et en incluant les points de vente exploités en partenariat. En 2020, dans un contexte marqué par la pandémie de Covid-19, le Groupe avait décidé de réduire ses investissements et de limiter ses ouvertures. En 2021 et 2022, le Groupe a stabilisé son réseau de points de vente, avec d'un côté des ouvertures nettes de points de vente en particulier en Asie, et de l'autre, conformément à son plan stratégique, la finalisation de l'optimisation du réseau de boutiques physiques en France (notamment en lien avec la fin du concept Suite 341). En 2023, les magasins d'Australie et Nouvelle-Zélande ont été intégrés au réseau en propre et les points de vente du partenaire en Russie (qui n'étaient plus approvisionnés depuis février 2022) ont définitivement fermé. En 2024, le Groupe a mis en place un plan d'action visant à optimiser le réseau de magasins en Chine Continentale en fermant les points de ventes les moins rentables (65 fermetures) et pour Claudie Pierlot en Europe (environ 30 fermetures à moyen terme). En parallèle, le Groupe a augmenté le nombre de points de vente exploités en partenariat (12 ouvertures) avec l'ouverture de nouveaux pays comme l'Indonésie et l'Ouzbékistan. En 2025, le Groupe a continué son expansion via des partenariats avec l'ouverture de 10 nouveaux pays (dont Serbie, Croatie, Géorgie, Argentine, Chili, Inde et Philippines), en parallèle de son développement dans les marchés existants.

Pour les années à venir, le Groupe entend poursuivre un développement raisonné et équilibré, à la fois sur le plan géographique, et sur les divers canaux de distribution (points de ventes physiques en propre, e-commerce et points de vente opérés par des partenaires). Le Groupe maintient une discipline ferme en s'imposant notamment des exigences strictes de retour sur investissement dans les nouveaux points de vente.

Afin d'assurer la flexibilité et la reproductibilité de son modèle de vente, le Groupe a développé un modèle de point de vente standard pour chacune de ses marques, utilisé essentiellement pour les points de vente exploités en propre et pour les concessions situées dans les grands magasins. Par ailleurs, le Groupe s'appuie ponctuellement sur des partenariats stratégiques pour déployer avec succès ses marques sur de nouveaux marchés, tout en s'assurant de leur cohérence en termes d'identité avec le reste de son réseau (voir paragraphe 1.2.5.6 « Les points de vente partenaires »).

1.2.3 L'élaboration des produits

Le Groupe conçoit toutes ses nouvelles collections en interne, grâce à cinq équipes de création indépendantes situées à Paris, chacune concentrée sur leur marque respective (Sandro Femme, Sandro Homme, Maje, Claudie Pierlot et Fursac). À titre d'illustration, la création de Sandro Femme est conduite par Mme Évelyne Chetrite (fondatrice de la marque), assistée d'une équipe de stylistes, d'un atelier de modélistes et patronniers, et de designers dédiés aux accessoires.

Le processus de conception débute par l'élaboration d'un dessin (manuel puis électronique) des modèles. Ensuite, les équipes en charge de la création choisissent les matériaux des produits (qui devront être en ligne avec les objectifs de marge et d'exigences RSE fixés pour chacune des collections), créent les patrons puis les prototypes lorsque les caractéristiques des produits ont été arrêtées.

Le Groupe a un processus de design indépendant pour chacune de ses marques afin de maintenir leur identité et de les rendre facilement reconnaissables par ses clients. Le Groupe s'attache à maintenir l'indépendance de ses marques pour permettre également de réduire son exposition à l'évolution des tendances de la mode et d'éviter toute dépendance sur des produits spécifiques.

Lors du développement de ses nouvelles collections, le Groupe se concentre sur des créations qu'il estime attendues par les consommateurs. Les créateurs du Groupe prennent en considération les tendances existantes sur le marché afin de les intégrer dans les collections.

De plus, le Groupe adopte une approche structurée pour le développement de ses collections et mène une analyse détaillée du succès des collections précédentes, ce qui lui permet d'identifier les produits les plus appréciés par ses clients.

Les achats et le travail sur la structure des collections

Un plan de collection est mis en place à chaque saison et décrit le cadre de la collection, le calendrier de lancement des produits et la stratégie de prix et de positionnement. Chaque collection est conçue à partir des tendances du moment (notamment en termes de couleurs, de techniques et des créations présentées lors des défilés). Les quantités à produire sont ajustées tout au long de la saison de sorte que les produits ayant le plus de succès soient recommandés en réassort rapide dans de plus grandes quantités afin de maximiser les ventes.

Le Groupe met en place pour chaque marque deux collections par an (printemps/été et automne/hiver), chacune prévoyant plusieurs nouveaux arrivages (généralement 8 à 10 vagues par collection). Le Groupe met par ailleurs en place plusieurs collections « capsules » [1] par an, élaborées en partenariat avec d'autres marques, artistes ou directeurs artistiques. Cela permet au Groupe de s'assurer que sa gamme de produits est renouvelée fréquemment et reste séduisante et attractive pour les clients. Ainsi, de nouveaux produits sont commercialisés très régulièrement dans les points de vente du Groupe.

Le *sourcing*

Le Groupe ne possède pas de capacité de production propre et externalise donc la fabrication de ses produits auprès de fabricants tiers qu'il sélectionne avec soin. Dans certains cas, le Groupe fournit lui-même à ces fabricants une partie des matières premières et autres fournitures qu'ils devront utiliser (travail à façon). Ainsi, le Groupe s'appuie sur deux types de production ; en 2024, un peu plus d'un tiers de ses produits sont élaborés en travail à façon, pour lesquels il achète les tissus (tels que le coton, le cuir, la laine, la soie, le polyester et la viscose) et sous-traite la confection à des façonniers, le reste étant composé de produits finis, qu'il achète directement auprès de son portefeuille de fabricants, le Groupe conservant toutefois le contrôle de la conception de ces produits.

Le réseau d'approvisionnement du Groupe inclut des fournisseurs stratégiquement situés à proximité géographique immédiate et s'appuie sur une base de fournisseurs diversifiée et réactive. La plateforme de services partagés du Groupe contribue à réaliser des économies d'échelle.

Le *sourcing* et la production du Groupe sont relativement équilibrés entre d'une part l'Europe et le bassin méditerranéen, notamment en France, Italie, Espagne, Portugal, Tunisie, Turquie et Europe de l'Est, et d'autre part l'Asie, notamment en Chine continentale, au Vietnam et en Inde.

Le Groupe veille à diversifier sa base géographique de fournisseurs pour limiter son exposition à l'inflation et à l'évolution des taux de change (notamment au Vietnam, en Bulgarie, en Turquie). Le Groupe s'attache à bénéficier de délais courts de confection et de livraison afin de maintenir une flexibilité dans sa chaîne d'approvisionnement. En outre, l'externalisation permet au Groupe de se concentrer sur son cœur de métier et l'étroite collaboration qu'il entretient avec ses fournisseurs de longue date lui permet de conserver un fort degré de contrôle sur le processus de fabrication.

Les matières premières sont commandées par le Groupe à l'avance. Le risque d'excès de stock est limité puisque les tissus peuvent généralement être utilisés pour plusieurs produits et être réutilisés pour les collections futures.

Le Groupe dispose d'une base de fournisseurs pérenne et diversifiée dans plusieurs pays afin de minimiser sa dépendance en matière d'approvisionnement et d'atténuer tout risque de perturbation potentielle. À titre d'illustration, les dix principaux fournisseurs du Groupe (produits finis, produits à façon) représentent en général environ 40 % des achats du Groupe. Afin de bénéficier des meilleures conditions, le Groupe travaille en permanence à l'optimisation du parc, notamment en concentrant les volumes d'achats auprès des fournisseurs qui offrent la meilleure combinaison de qualité, prix, délais de livraison et RSE. En 2025, 62 % des achats de production étaient réalisés auprès de fournisseurs avec plus de 10 ans d'ancienneté.

Des chartes et codes de conduite sont mis en place avec les fournisseurs et les fabricants couvrant les sujets éthiques, sociaux et environnementaux. La nature commerciale et juridique de ces relations varie d'un fournisseur à un autre, mais en général ces relations sont fondées sur des principes de coopération étroite destinés à permettre et favoriser la réalisation et le maintien d'un cycle de conception et de production rapide. Le paiement des commandes des fournisseurs est effectué tout au long de l'année, mais une grande partie est effectuée en octobre et novembre pour les collections printemps/été de l'année suivante et en avril et mai pour les collections automne/hiver.

(1) Les collections « capsules » désignent des collections composées d'un nombre limité de produits et sont commercialisées durant une période plus réduite que les collections saisonnières.

Le Groupe s'attache à optimiser la durée du cycle de production, entre la conception et la commercialisation de ses produits. Cette durée varie selon le type de produit et le pays de confection, et peut être impactée par certains événements extérieurs. Ainsi, sur la période récente, les tensions observées dans la chaîne d'approvisionnement de l'industrie du prêt-à-porter ont conduit à anticiper davantage les processus d'approvisionnement, permettant ainsi de sécuriser les achats en vue de maximiser le potentiel de vente. Pour une plus grande agilité, le Groupe commande un nombre limité et adapté de chaque produit au début de la saison lors de l'introduction de la collection pour limiter le risque d'excédents de stocks. Après analyse de la performance des produits implantés dans les différents canaux de distribution, des commandes complémentaires sont passées sur les meilleures références, assurant ainsi un écoulement optimisé.

Les systèmes informatiques du Groupe lui permettent de suivre la performance de ses collections en temps réel et de commander ainsi uniquement les articles les plus vendus en vue de maximiser les ventes. Le Groupe « pré-réserve » les capacités de ses fournisseurs pour s'assurer qu'ils pourront rapidement honorer les nouvelles commandes des produits les mieux vendus. Cette « pré-réservation » permet également au Groupe de déterminer ce qu'il faudrait produire juste avant le lancement des collections, en prenant en compte la demande attendue et le développement des tendances. Ce cycle de production court permet au Groupe de réagir rapidement aux préférences des consommateurs, ainsi qu'aux premiers résultats des ventes.

Enfin, les achats et l'approvisionnement du Groupe sont gérés par des équipes dédiées pour chaque marque.

Le contrôle qualité

Les employés du Groupe entreprennent régulièrement et rigoureusement des inspections des patrons de chaque produit, ainsi que des inspections finales avant expédition à l'entrepôt. Historiquement, le pourcentage de produits défectueux est faible. Lorsque le Groupe identifie un produit défectueux avant la livraison des produits aux centres de distribution, le Groupe en exige le remboursement auprès de ses fournisseurs. Le Groupe supporte toutefois les dépenses liées aux retours de ses clients.

Par ailleurs, le Groupe a mis en place un outil de *Product Life cycle Management,* outil collaboratif utilisant un référentiel unique de données et un processus itératif permettant de piloter et gérer le produit dès sa création et jusqu'à sa commercialisation. Cet outil qui accompagne le développement du produit permet d'améliorer le *time-to-market,* la qualité et la *compliance*.

1.2.4 Image de marque, communication et marketing

1.2.4.1 UNE STRATÉGIE IMAGE DE LUXE

L'image des marques du Groupe est avant tout entretenue par ses points de vente. En effet, leur emplacement, l'atmosphère qui s'y dégage due notamment à l'attention portée à l'agencement et à l'éclairage, ainsi que le savoir-faire des forces de vente contribuent à créer une image unique propre à celle du secteur du luxe (voir les paragraphes 1.2.5 et 1.2.6). En outre, l'image de luxe des créations du Groupe est également mise en avant par des campagnes image haut de gamme comprenant la diffusion de photos, vidéos et autres contenus réalisés par des photographes ou directeurs artistiques de renom et faisant appel à des mannequins célèbres, tous travaillant également pour des marques de luxe.

1.2.4.2 DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION À 360 DEGRÉS

Le Groupe estime que ses points de vente constituent son premier moyen de communication à l'égard des consommateurs. À cette fin, le Groupe s'attache à ce que ses points de vente soient situés dans des lieux de premier choix et gérés comme des boutiques de luxe, notamment en ce qui concerne les vitrines, renouvelées toutes les deux ou trois semaines. De plus, le Groupe organise au sein de ses points de vente des événements haut de gamme tels que des soirées destinées à ses meilleurs clients, par exemple lors du lancement de nouvelles collections.

La stratégie de communication du Groupe est principalement tournée vers le digital. Le Groupe utilise les réseaux sociaux tels Instagram, TikTok, Snapchat, Facebook, Pinterest, WeChat, Weibo, Douyin, Little Red Book ou YouTube, et sa présence sur Internet (notamment grâce à ses sites de vente en ligne) pour diffuser ses campagnes et contenus publicitaires sous différents formats.

Dans une moindre mesure, SMCP continue de diffuser ses campagnes de publicité par le biais d'affichages dans l'espace public.

Les équipes en charge de la communication et du marketing

Chaque marque dispose d'équipes dédiées en charge des opérations de communication et de marketing, ainsi que du CRM et du marketing digital. Les équipes marketing de chaque marque sollicitent également les services d'agences tierces.

1.2.4.3 CRM ET PROXIMITÉ CLIENT

Le Groupe cherche à maintenir un dialogue permanent et une réelle proximité avec ses clients en utilisant ses techniques avancées de gestion de la relation client (CRM – *Customer Relationship Management*). Ces outils ont contribué à la constitution d'une base de données clients multicanale commune à l'ensemble des marques du Groupe (hors Fursac) comprenant notamment plus de 3,4 millions de clients actifs en Europe. Ils permettent ainsi au Groupe de se lancer dans des campagnes de communication ciblées et régulières par e-mail, ou par téléphone (SMS), dans le but de développer le relationnel avec ses clients et ainsi accroître leur fidélité. Le Groupe met en place une communication efficace et ciblée fondée sur la segmentation de ses clients. Le Groupe offre également sur chacun des sites Internet de ses marques la possibilité de recevoir des newsletters, permettant ainsi à ses clients de suivre régulièrement l'actualité de la marque, de renforcer la proximité et de recevoir des invitations à des offres ou des événements exclusifs, ventes privées et avant-premières.

Le Groupe a établi une segmentation de sa clientèle en fonction notamment du montant et de la fréquence des achats effectués pour chacune des marques et certaines marques ont mis en place des programmes de fidélité destinés à développer la loyauté client. La communication des marques auprès de leurs clients a vocation à devenir de plus en plus ciblée et de plus en plus efficace grâce à ces outils.

1.2.5 La distribution

Le réseau de distribution du Groupe s'organise autour de quatre principaux canaux de distribution :

- les succursales (incluant les affiliés et les *outlets*) ;
- les concessions (*corners* dans les grands magasins) ;
- les plateformes électroniques ;
- les partenariats.

Le Groupe privilégie un développement reposant sur un réseau de distribution détenu en propre afin de contrôler étroitement la qualité de ses produits et de protéger l'image de ses marques ; les partenariats et affiliations ne sont utilisés que dans des cas où le recours à un partenaire local se révèle nécessaire pour une bonne implantation locale ou au titre de la réglementation applicable.

Le Groupe suit un plan moyen terme de développement international visant à cibler les villes d'implantation selon l'environnement concurrentiel, le marché local et la base de consommateurs. Le Groupe établit également une estimation des ventes potentiellement réalisables par les points de vente, procède à une visite des lieux et fixe des critères de rentabilité des potentiels nouveaux points de vente. La décision d'investir dans l'ouverture d'un nouveau point de vente est ensuite adoptée par un comité dirigé par le Directeur Général du Groupe.

À la suite de sa décision d'investissement, le Groupe est en mesure de pouvoir ouvrir un nouveau point de vente dans un délai moyen de deux mois entre la signature du contrat de bail et l'ouverture du point de vente à la clientèle.

Les marges du Groupe peuvent varier en fonction des canaux de distribution et des loyers. Par exemple, les charges locatives des magasins loués hors de France sont généralement plus élevées du fait de l'absence de pas-de-porte (c'est-à-dire de mise de fonds initiale à verser aux propriétaires ou aux anciens locataires pour pouvoir prendre en location des locaux haut de gamme).

1.2.5.1 LES SUCCURSALES

Au 31 décembre 2025, le Groupe disposait de 412 succursales détenues en propre (soit 39 de moins qu'à fin 2024), dont 95 dans la zone EMEA, 169 en France, 42 en Amérique et 106 en Asie. 28 % du chiffre d'affaires de l'exercice 2025 a été réalisé par les succursales.

Description du magasin type

La taille des magasins du Groupe oscille généralement entre 50 et 160 mètres carrés. Les magasins Sandro, qui exposent les collections homme et femme, sont en moyenne plus grands que les magasins des autres marques. Les magasins Claudie Pierlot et Fursac sont souvent plus petits que les magasins Sandro et Maje, ces deux marques présentant moins de références dans leurs plans de collection que Sandro et Maje (à titre indicatif, en prêt-à-porter, 200 à 250 références chez Fursac et 330 à 380 chez Claudie Pierlot, contre 400 à 450 chez Sandro Femme et Maje) et ayant donc des besoins en mètres linéaires en magasin plus réduits pour pouvoir présenter la totalité de leurs collections.

La dimension des magasins du Groupe, relativement compacte, permet de créer une ambiance intime propre aux boutiques de luxe, avec un nombre de vendeurs dans chaque magasin déterminé selon sa taille et sa fréquentation. Le Groupe s'attache également à maintenir un univers distinct pour chacune de ses marques, afin de renforcer leur identité propre et de créer un style unique dans l'esprit de ses clients. Les caractéristiques des magasins sont définies au niveau du Groupe et sont appliquées dans tout le réseau dans un souci de cohérence de présentation et d'expérience client.

Les concepts de magasins développés par chaque marque font l'objet d'évolutions et d'adaptations constantes, au service d'une expérience client toujours plus qualitative, et destinées à être progressivement déployées dans tous les magasins du réseau au gré des ouvertures et rénovations.

Principales caractéristiques des baux

La durée des baux relatifs aux magasins du Groupe varie en règle générale de 3 à 10 ans. En France, la durée habituelle est de neuf ans avec la possibilité offerte aux parties de résilier le contrat de manière anticipée à l'expiration de chaque période triennale. Les baux interdisent souvent la sous-location et excluent l'utilisation des locaux pour l'exercice de toute autre activité que la vente de vêtements et accessoires. Aux États-Unis, la durée des baux est généralement de dix ans alors qu'elle est de trois ans en Asie.

Les montants des loyers sont généralement fixés par les parties lors de la signature du bail et les clauses des contrats prévoient pour la plupart la possibilité de procéder à une augmentation annuelle, par exemple en France sur la base de l'indice INSEE du coût de la construction ou de l'indice des loyers commerciaux. Une partie des contrats de bail prévoit des loyers dont le montant varie en fonction du chiffre d'affaires réalisé par les ventes du magasin. Un droit d'entrée peut également être dû au bailleur au moment de l'ouverture de nouveaux magasins et un prix de cession peut être versé par le Groupe au précédent locataire dans le cadre de la cession d'un droit au bail ou de la cession d'un fonds de commerce dans certains pays tels que la France ou l'Espagne.

Le tableau ci-dessous présente la répartition géographique des succursales au 31 décembre 2025 :

	Sandro	Maje	Claudie Pierlot	Fursac	Total
Total France	**56**	**50**	**44**	**19**	**169**
Espagne	8	9	2	1	20
Royaume-Uni	7	7	3	1	18
Belgique	4	6	2	1	13
Portugal	3	4	3	-	10
Suisse	4	4	2	-	10
Allemagne	4	4	1	-	9
Italie	4	3	1	-	8
Autres	3	3	1	-	7
Total EMEA	**37**	**40**	**15**	**3**	**95**
Chine continentale	33	35	-	-	68
Hong Kong SAR	7	8	-	-	15
Australie	3	3	-	-	6
Macao SAR	3	2	-	-	5
Singapour	2	2	-	-	4
Nouvelle-Zélande	2	2	-	-	4
Malaisie	2	2	-	-	4
Total APAC	**52**	**54**	**-**	**-**	**106**
États-Unis	17	15	-	-	32
Canada	5	5	-	-	10
Total Amérique	**22**	**20**	**-**	**-**	**42**
TOTAL	**167**	**164**	**59**	**22**	**412**

1.2.5.2 LES CONCESSIONS

Au 31 décembre 2025, le Groupe disposait de 530 concessions détenues en propre, dont 198 dans la zone EMEA, 153 en France, 93 en Amérique et 86 en Asie. Les concessions correspondent aux *corners* opérés par le Groupe dans les grands magasins.

Le choix de l'emplacement des concessions est guidé par la volonté du Groupe de préserver l'image de luxe de ses marques. Ainsi, le Groupe a notamment ouvert des concessions dans des grands magasins parmi les plus prestigieux et prisés notamment en France, au Royaume-Uni, en Espagne, Italie, Suisse, aux États-Unis, ou encore dans des *malls* réputés de Chine.

Comme pour les emplacements des succursales du Groupe, les villes d'implantation des concessions sont généralement reconnues comme dynamiques et attractives dans le milieu de la mode. En 2025, 30 % du chiffre d'affaires du Groupe a été réalisé par les concessions.

Description de la concession-type

La taille moyenne d'une concession en grand magasin est d'environ 60 mètres carrés. Les espaces de vente se trouvent généralement dans des grands magasins proposant des produits de prêt-à-porter de luxe et bénéficient d'une clientèle de passage, notamment touristique, importante. Le nombre de salariés présents est déterminé en fonction de la superficie et de l'importance de l'espace de vente. Comme pour ses succursales, le Groupe maintient un niveau élevé de contrôle sur ses concessions, notamment en ce qui concerne le recrutement des salariés, qui sont des salariés du Groupe et non du grand magasin, et le choix de la décoration et de l'ameublement afin de recréer une ambiance similaire à celle des succursales.

Fonctionnement des concessions

La durée des contrats de concession est différente d'un pays à un autre. Certains contrats ne prévoient aucune durée minimale et d'autres la fixent jusqu'à quatre ans maximum. Ces contrats peuvent généralement être résiliés à tout moment par les deux parties sous réserve d'un préavis raisonnable.

Les contrats de concession prévoient le paiement d'une redevance dépendant principalement des ventes réalisées. Quelques contrats prévoient toutefois une redevance minimale pour une période déterminée qui peut être révisée chaque année. Sur la base des contrats de concession conclus par le Groupe, les redevances varient en fonction des pays d'implantation, ainsi que des grands magasins où sont situées les concessions. Le chiffre d'affaires réalisé est perçu directement par le grand magasin qui le reverse tous les mois au Groupe, net de la redevance.

Les contrats de concession prévoient généralement que le Groupe exerce un contrôle sur l'organisation des stocks, ainsi qu'en matière de fourniture et d'assortiment des produits. En outre, les contrats prévoient également que les stocks de marchandises non vendues seront repris à chaque fin de saison par le Groupe qui en reste le propriétaire.

La vente des produits à travers les concessions procure une grande flexibilité opérationnelle au Groupe notamment en raison des dépenses d'exploitation essentiellement variables.

Le tableau ci-dessous présente la répartition géographique au 31 décembre 2025 des concessions du Groupe :

	Sandro	Maje	Claudie Pierlot	Fursac	Total
France	**64**	**34**	**32**	**23**	**153**
Espagne	20	16	6	2	44
Allemagne	18	10	7	2	37
Suisse	14	10	3	3	30
Italie	10	6	5	-	21
Royaume-Uni	10	6	2	-	18
Pays-Bas	10	7	-	-	17
Irlande	4	4	3	-	11
Portugal	3	2	2	-	7
Autres	7	3	2	1	13
Total EMEA	**96**	**64**	**30**	**8**	**198**
Chine continentale	21	19	-	-	40
Australie	11	10	-	-	21
Taïwan	10	9	-	-	19
Singapour	2	1	-	-	3
Hong Kong SAR	2	1	-	-	3
Total APAC	**46**	**40**	**-**	**-**	**86**
États-Unis	51	36	-	-	87
Canada	3	3	-	-	6
Total Amérique	**54**	**39**	**-**	**-**	**93**
TOTAL	**260**	**177**	**62**	**31**	**530**

1.2.5.3 LES PLATEFORMES ÉLECTRONIQUES

Le commerce en ligne représente une part significative des ventes du Groupe et constitue également un outil marketing pour développer la notoriété de ses marques en France et à l'international. En 2025, les ventes en ligne du Groupe ont représenté 246 millions d'euros, correspondant à une pénétration digitale de 20 % ; un niveau inférieur à celui des années 2020 et 2021, qui avaient été marquées par de nombreuses fermetures de boutiques physiques dans un contexte de pandémie, mais très supérieur à celui de 2019 (15 % des ventes). Au 31 décembre 2025, les produits du Groupe sont commercialisés *via* 127 plateformes électroniques opérées en direct et 72 plateformes opérées par des partenaires.

Sur Internet, les produits du Groupe sont distribués par le biais des sites Internet en propre (e-boutiques) et par l'intermédiaire de plateformes de commerce tierces en ligne, notamment les sites Internet des grands magasins (e-concessions). En 2025, 43 % du chiffre d'affaires e-commerce a été réalisé par les sites en propre, 38 % *via* des e-concessions et 19 % en *wholesale* (*pure players* ou partenaires).

Les e-boutiques du Groupe (*Direct to Consumer*)

Le Groupe exploite des sites Internet dédiés à chacune de ses marques. Sandro et Maje disposent de sites Internet dédiés en France, au Royaume-Uni, en Espagne, en Irlande, en Italie, en Allemagne, en Suisse, aux États-Unis, au Canada, en Chine continentale, à Hong Kong SAR et en Australie. Maje dispose également d'un site Internet en Belgique et Sandro aux Pays-Bas. Claudie Pierlot dispose d'un site en France, en Belgique, en Allemagne, au Royaume-Uni, en Espagne, en Suisse, en Chine continentale ainsi qu'à Hong Kong SAR. Enfin, Fursac dispose d'un site Internet en France, en Suisse et au Royaume-Uni. Le Groupe continue d'améliorer l'expérience des consommateurs sur ses e-boutiques, notamment *via* des services tels que le système de discussion instantanée avec un conseiller, l'accès par mobile aux e-boutiques, l'amélioration du processus de paiement et le système de précommande. SMCP a ainsi continué de développer de nouveaux services omnicanaux tels que le *ship-from-store* pour Sandro, Maje et Claudie Pierlot, la e-réservation, le *Virtual shopping* et le *click & collect*. Par ailleurs, le Groupe a accéléré son élan responsable avec le lancement de la seconde main et du service de location chez Sandro et Maje.

Les plateformes e-commerce tierces

Par ailleurs, le Groupe vend ses produits sur des plateformes de commerce en ligne tierces, reconnues telles que « bloomingdales.com », « farfetch.com », « galerieslafayette.com », « elcorteingles.com », « selfridges.com », « debijenkorf.com » ou encore « tmall.com ». Ces plateformes sont choisies par le Groupe conformément à sa stratégie commerciale ; il s'agit soit de plateformes de commerce en ligne de grands magasins, soit de plateformes de commerce en ligne tierces spécialisées en prêt-à-porter et accessoires haut de gamme.

Les plateformes tierces de commerce en ligne restent généralement libres dans la gestion de leur site Internet et assurent notamment les services d'édition, d'hébergement et de gestion du site Internet, sous réserve de respecter l'image des marques dont les produits sont proposés, et effectuent le référencement des produits. Dans l'optique d'optimiser ses partenariats, le Groupe construit en permanence des plans d'action visant à mettre en valeur certains produits-clés et promouvoir les meilleurs standards de l'expérience client. Les autres services fournis par les plateformes incluent en particulier la préparation et l'expédition de commandes des clients si cela n'est pas réalisé par SMCP.

Le prix du produit est encaissé par la plateforme tierce électronique pour le compte du Groupe. En contrepartie de ces services, les plateformes de commerce en ligne perçoivent des commissions. Certains contrats prévoient également des contributions complémentaires au titre de la promotion des marques du Groupe ou de l'investissement marketing.

1.2.5.4 LES AFFILIÉS

Les affiliés font partie du réseau de distribution du Groupe en France et sont principalement situés dans des villes françaises de taille moyenne où le Groupe ne possède pas de succursales ou de concessions. Le Groupe a également recours à des affiliés en Espagne. Au 31 décembre 2025, le Groupe comptait 52 affiliés.

Les magasins en affiliation sont exploités par des commerçants indépendants propriétaires de leur fonds de commerce dans le cadre de contrats de commission-affiliation. Les affiliés recrutent leurs propres salariés, mais les magasins des affiliés du Groupe sont gérés sous les noms des marques et possèdent les mêmes dispositions et atmosphères que les autres points de vente du Groupe. En effet, ces magasins en affiliation sont tenus de suivre un *concept book* comprenant notamment des exigences en matière de mobilier et d'apparence propres à chacune des marques du Groupe. Bien que les frais de personnel et les frais de location soient payés par les affiliés, le Groupe conserve la propriété des marchandises vendues à travers ce canal de distribution. Enfin, les salariés des affiliés bénéficient de la formation proposée aux salariés du Groupe dans le cadre de la SMCP School.

Les contrats conclus par le Groupe avec ses affiliés prévoient des commissions dues aux affiliés, fondées sur un pourcentage du chiffre d'affaires hors taxes. Le produit des ventes est prélevé sur le compte bancaire des affiliés deux fois par mois, net de commissions. Il peut arriver que le Groupe décide de racheter le fonds de commerce géré par un de ses affiliés. En 2025, environ 2 % du chiffre d'affaires du Groupe a été réalisé avec les affiliés.

1.2.5.5 LES *OUTLETS*

En plus de ses succursales, concessions, ventes en ligne et ventes réalisées *via* ses affiliés, le Groupe vend également ses stocks d'invendus grâce à un nombre limité d'*outlets* (106 *outlets* au 31 décembre 2025) situés dans des emplacements de premier plan notamment en France, en Espagne, en Suisse, en Italie, au Royaume-Uni, en Chine ou encore aux États-Unis. Environ 13 % du chiffre d'affaires du Groupe a été réalisé dans les *outlets* en 2025.

1.2.5.6 LES POINTS DE VENTE PARTENAIRES *(PARTNERED RETAIL)*

Le Groupe dispose également d'un canal de distribution de *partnered retail* (magasins en partenariat) destiné essentiellement à des géographies spécifiques. En 2025, ce canal de distribution a représenté environ 10 % du chiffre d'affaires du Groupe, dont 37 % réalisé sur les plateformes électroniques opérées par les partenaires. Cette activité permet au Groupe d'avoir accès, en limitant les risques, à de nouveaux marchés et à des pays où la taille du marché ne justifie pas une exploitation en propre. Ce mode opératoire lui permet ainsi de vendre ses produits dans des pays au sein desquels il serait très difficile, voire impossible, moins efficace ou moins rentable de gérer un réseau de distribution propre en raison des législations locales.

Le Groupe choisit avec soin ses partenaires locaux afin de s'assurer de la cohérence de la distribution locale avec sa stratégie et son image de marque notamment avec la mise en œuvre du *concept book* ; à titre d'exemple, il veille à ce que ses partenaires adoptent une présentation des magasins et *corners* identique à celle des points de vente détenus en propre. Le Groupe procède régulièrement à des visites des points de vente exploités en partenariat afin de s'assurer du respect de son concept ; il bénéficie par ailleurs de relations solides avec ses partenaires. Les contrats de partenariat sont des contrats de distribution et sont généralement conclus pour une durée de trois à cinq ans, durant laquelle le partenaire bénéficie d'une exclusivité octroyée par le Groupe pour la distribution de ses produits.

Le partenaire local est un commerçant indépendant, responsable de son personnel, du paiement de ses loyers, de la négociation du bail de son point de vente ou du contrat de concession s'il s'agit d'une concession en grands magasins. Il est également en charge de l'approvisionnement et est responsable de ses achats ; la marchandise lui appartient et il doit la revendre dans un point de vente dont l'enseigne et l'apparence correspondent à celles des marques du Groupe, de sorte que le client final ne puisse pas faire la différence entre un magasin ou une concession gérée en propre et un magasin ou une concession gérée par un partenaire. En outre, les partenaires peuvent écouler les invendus dans leurs propres réseaux *outlets* avec l'autorisation du Groupe.

Dans certains cas, le Groupe a acquis le réseau de distribution de ses marques auprès de ses partenaires, comme à Hong Kong SAR en 2014, ou en Australie et Nouvelle-Zélande en janvier 2023.

En 2025, 34 magasins en partenariat ont été ouverts (en net) à travers le monde, notamment dans les Balkans (16), aux Philippines (7), en Inde (4) et en Turquie (4).

Le tableau ci-dessous présente la répartition géographique par marque au 31 décembre 2025 des points de vente du Groupe exploités à travers des partenariats locaux :

	Sandro	Maje	Claudie Pierlot	Fursac	Total
Turquie	14	12	-	-	26
Émirats Arabes Unis	9	9	-	-	18
Grèce	7	6	-	-	13
Ukraine	4	5	-	-	9
Égypte	4	4	-	-	8
Arabie Saoudite	4	4	-	-	8
Liban	4	4	-	-	8
Malte	4	3	-	-	7
Koweït	4	3	-	-	7
Allemagne	2	2	2	-	6
Royaume-Uni	2	2	1	-	5
Lituanie	3	2	-	-	5
Autres	23	21	3	2	49
Total EMEA	**84**	**77**	**6**	**2**	**169**
Corée du Sud	77	60	11	2	150
Thaïlande	8	6	-	-	14
Vietnam	6	6	-	-	12
Indonésie	2	-	-	-	2
Philippines	4	3	-	-	7
Inde	2	2	-	-	4
Autres	-	-	-	3	3
Total APAC	**99**	**77**	**11**	**5**	**192**
Mexique	21	16	-	-	37
États-Unis	1	1	1	-	3
Canada	1	-	-	-	1
Argentine	1	-	-	-	1
Total Amérique	**24**	**17**	**1**	**-**	**42**
TOTAL	**207**	**171**	**18**	**7**	**403**

1.2.6 La force de vente

Le Groupe prête une attention particulière au savoir-faire de ses équipes de force de vente. Ainsi, il a instauré, au sein de chaque marque, mais aussi dans ses succursales en Asie et en Amérique du Nord, une structure de Direction commerciale de proximité, s'appuyant sur des Directeurs régionaux gérant chacun jusqu'à 15 points de vente, parfois secondés d'animateurs relais. Cette organisation permet une fréquence de visite et un temps de présence passé au sein même de ces points de vente significatifs. Par ailleurs, le Groupe a mis en place depuis 2013 un programme de formation destiné à l'intégration de ses nouvelles équipes de force de vente, mais aussi du développement des talents et à la création de *Brand ambassadors*. Ce programme, d'une durée de deux semaines pour les nouveaux vendeurs, vise à former les équipes aux techniques de vente, à l'assistance des clients, ainsi qu'à l'amélioration des résultats des points de vente.

1.2.7 L'organisation logistique

1.2.7.1 LES SYSTÈMES INFORMATIQUES

Le Groupe a mis en place une architecture informatique adaptée au développement et à la production de ses collections, la gestion d'un réseau de magasins intégré et de ses partenaires et couvrant l'ensemble de ses points de vente, y compris l'e-commerce et l'international. Cette architecture s'appuie sur des logiciels parmi les meilleurs du marché.

Ce système est articulé autour d'un logiciel ERP *(Enterprise Resource Planning)* Groupe, couvrant la majorité des domaines fonctionnels, commun à toutes les marques et à toutes les zones géographiques dans lesquelles le Groupe est présent, d'une solution de gestion de point de vente unique, d'une plateforme de développement e-commerce unique ainsi que d'une solution de gestion logistique centrale. Le Groupe dispose d'une équipe informatique étoffée en central et à l'international, en charge de gérer les projets et d'assurer

le développement et la maintenance de ses applications et infrastructures informatiques. Au cours des dernières années, les investissements réalisés ont notamment concerné le déploiement d'un outil Finance *Oracle Financial Cloud*, la mise en place d'un OMS *(Order Management System)* afin de renforcer l'omnicanalité (avec notamment le déploiement des fonctions *ship from store*), le *Demand Planning* et l'alignement des principaux systèmes d'information de Fursac avec ceux du Groupe.

Des projets importants d'infrastructure ont également été réalisés afin de renforcer la sécurité des environnements et la résilience de l'infrastructure, avec notamment le déploiement progressif de l'ensemble de l'infrastructure du Groupe sur le Cloud.

Grâce à cette architecture, les points de vente transmettent des informations relatives notamment aux produits vendus et à la segmentation des clients, permettant au Groupe de réaliser des *benchmarks* pour ses points de vente et de gérer, grâce à son réseau logistique, le réapprovisionnement rapide des points de vente. En outre, les informations transmises par son système informatique permettent au Groupe d'identifier ses meilleurs clients et de procéder à des ajustements dans la création de ses produits selon les résultats des ventes.

1.2.7.2 LA LOGISTIQUE PROPRE

La logistique centrale du Groupe est commune aux quatre marques Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac, et dessert tous les points de vente directement ou indirectement *via* les centres logistiques secondaires situés aux États-Unis, en Chine continentale et à Hong Kong. Une équipe d'environ 140 salariés est dédiée à la logistique et à l'approvisionnement du réseau de distribution du Groupe.

Le complexe d'entreposage central du Groupe pour la France et l'international dispose, depuis novembre 2015, de deux sites principaux, gérés en propre et proches de l'aéroport de Paris-Charles-de-Gaulle :

- 30 000 mètres carrés à Marly-la-Ville ;
- 24 000 mètres carrés à Vémars.

Cette organisation permet d'assurer une qualité de service client optimisée, notamment pour l'omnicanal et de disposer de sites supplémentaires disponibles en cas de force majeure.

Pour son activité aux États-Unis, le Groupe sous-traite l'approvisionnement des produits *via* un entrepôt situé dans le New Jersey et géré par une société tierce. Cet entrepôt, d'une superficie de 18 000 mètres carrés (utilisé en partie par le Groupe), dessert l'ensemble du marché nord-américain.

Le Groupe sous-traite également l'approvisionnement des produits pour ses points de vente en Chine continentale, qui est notamment organisé grâce à un entrepôt d'une surface totale de 7 200 mètres carrés (que le Groupe utilise en partie) situé à Shanghai. La logistique e-commerce en Chine continentale est assurée par un prestataire tiers. Depuis février 2018, le Groupe a aussi ouvert un entrepôt situé à Hong Kong SAR d'une surface d'environ 2 500 mètres carrés qui se charge de distribuer la zone régionale asiatique (incluant Hong Kong SAR, Macao SAR, Singapour et Taïwan) à l'exception de la Chine continentale.

Les entrepôts permettent au Groupe de limiter les stocks et les besoins de stockage dans chacun de ses points de vente. Les systèmes informatiques mis en place par le Groupe relient ses points de vente à ses entrepôts de telle sorte que lorsqu'une catégorie de produits nécessite d'être réapprovisionnée, l'information est transmise aux entrepôts et la catégorie de produit sera généralement à nouveau mise en vente trois jours après pour les points de vente situés en Europe, quatre jours après pour les points de vente situés sur la zone Amérique et une dizaine de jours après pour les points de vente situés sur la zone APAC. Ce modèle de réapprovisionnement permet au Groupe de s'assurer que seuls les produits les plus vendus seront recommandés et lui permettent donc ainsi de maximiser les ventes, d'optimiser ses besoins en fonds de roulement et de réduire les risques liés au stock.

1.2.7.3 LES PRESTATAIRES EXTERNES

Le Groupe sous-traite le transport routier et aérien de ses produits depuis ses entrepôts vers d'autres entrepôts ou points de vente grâce à des prestataires communs pour les marques principales acheminées. En général, le Groupe est en charge du conditionnement, de l'emballage et de l'étiquetage de ses produits et les transporteurs sont responsables du transport, de son organisation et de l'exécution des prestations accessoires.

Les coûts de distribution et autres frais de logistiques du Groupe figurent dans la rubrique « Autres charges opérationnelles » du compte de résultat consolidé.

1.2.8 Une expérience client unique en magasin

Les magasins constituent le premier canal de communication du Groupe. Ainsi, il s'attache à maintenir un univers et un environnement de vente propres à chacune de ses marques. Le Groupe a mis en place un modèle de vente 100 % assistée, en proposant aux clients un service personnalisé et une expérience d'achat très proche de celle du secteur du luxe.

Avec en général une seule taille par produit disponible sur cintre en magasin, le Groupe privilégie davantage le conseil personnalisé que le self-service. Le nombre de vendeurs dans chaque magasin est étudié en fonction des objectifs de vente et de la taille du magasin afin d'assurer un service optimal à la clientèle.

1.3 Le marché du prêt-à-porter et des accessoires

1.3.1 Un marché mondial large et en évolution

SMCP évolue dans un marché mondial du prêt-à-porter et des accessoires en transformation rapide. Les besoins changent, les modes d'achat se diversifient et les attentes s'intensifient. Si les dynamiques diffèrent selon les régions, elles convergent autour d'un même mouvement : la recherche de style, de valeur, de cohérence et d'expérience.

Le segment premium, au sein duquel s'inscrit le ***Creative Premium***, gagne en pertinence. Il répond aux attentes d'une clientèle en quête de style affirmé, de qualité maîtrisée et d'un prix juste.

Plusieurs tendances structurent ce marché :

- une segmentation plus nette autour de la valeur perçue. Les clientes et clients recherchent des pièces créatives, bien faites et durables, à un prix maîtrisé. Le *Creative premium* s'impose comme une réponse naturelle à cette attente ;
- un rééquilibrage géographique. L'Amérique du Nord reste un moteur dynamique. L'Europe bénéficie du tourisme et d'un retour solide en boutique. L'Asie se redessine : la Chine progresse plus lentement, tandis que la Corée du Sud, l'Inde et l'Asie du Sud-Est gagnent en influence ;
- la montée des attentes en matière de responsabilité. Les clientes et clients privilégient des marques qui s'engagent : transparence, durabilité, circularité et qualité durable sont devenues des critères clefs ;
- un marché plus fluide. Les frontières entre gammes se redessinent : le *"mix & match"* ancre le *Creative premium* comme une alternative naturelle à un marché global plus contrasté.

Ce contexte renforce l'intérêt pour des marques capables de proposer un style fort, lisible et contemporain, avec une exigence de qualité et une créativité ancrée dans l'époque.

1.3.2 Une croissance influencée par l'environnement macro-économique

1.3.2.1 DES FACTEURS MACRO-ÉCONOMIQUES QUI ORIENTENT LES ARBITRAGES

Depuis 2023-2024, la croissance du marché ralentit dans certaines régions sous l'effet d'un environnement plus incertain. Les clientes et clients deviennent plus sélectifs, mais restent engagés lorsque la proposition de style, de qualité et d'expérience est claire.

Plusieurs éléments structurent cette dynamique :

- un pouvoir d'achat plus contraint, qui renforce l'attention portée au rapport style-qualité-prix ;
- des disparités géographiques marquées, liées à l'environnement économique, au tourisme, aux devises et aux politiques de prix ;
- un besoin accru de cohérence commerciale, face à une clientèle attentive à la transparence des prix et à la valeur réelle des produits.

Ces signaux renforcent la nécessité d'une offre juste, lisible et performante, ancrée dans le savoir-faire et le style.

1.3.2.2 DES COMPORTEMENTS QUI ÉVOLUENT DURABLEMENT

Les attentes et les comportements d'achats des clients évoluent vite. La façon de découvrir les marques, de choisir les produits, d'acheter et d'interagir change profondément.

Quatre mouvements structurent aujourd'hui le marché :

- une exigence accrue de cohérence et de lisibilité, qui guide les décisions d'achat ;
- une recherche accrue de valeur d'usage. Les clientes et clients veulent des pièces qui vivent avec eux : polyvalentes, bien coupées, durables et pensées pour accompagner plusieurs moments du quotidien ;
- un engagement renforcé en matière de responsabilité. Matières certifiées, durabilité, impact réduit et traçabilité deviennent des attentes incontournables pour les marques créatives ;
- une adoption rapide de la circularité. La seconde main progresse partout dans le monde et s'installe dans les habitudes. Elle crée un écosystème complémentaire à la première main et renforce la désirabilité des marques qui savent s'y inscrire.

1.3.2.3 DES NOUVEAUX ÉQUILIBRES QUI S'INSTALLENT

En réponse à ces évolutions, le marché s'organise autour de nouveaux équilibres :

- un retail physique qui reste central, en tant que lieu d'expérience, de conseil et d'incarnation des marques ;
- un digital plus expert, structuré par l'intelligence artificielle, qui facilite la recherche produit, fluidifie les parcours et optimise la visibilité ;
- une expérience omnicanale devenue structurante, où la cohérence entre points de contact conditionne la performance ;
- un consommateur plus mobile, qui navigue entre formats selon les occasions, la valeur recherchée et la proximité avec la marque.

Ces équilibres confirment l'importance du *Creative Premium*, un segment agile, lisible et centré sur la création.

1.4 Un modèle singulier, créateur de valeur

1.4.1 Un ensemble de marques désirables et complémentaires

1.4.1.1 QUATRE MARQUES, QUATRE UNIVERS DISTINCTS

Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac composent un vestiaire où chaque marque affirme son identité. Ensemble, elles proposent des collections inspirées par l'air du temps, portées par l'exigence et un rapport style-qualité-prix maîtrisé.

Chacune puise dans une histoire forte : 51 ans pour Fursac, 40 ans pour Claudie Pierlot et Sandro, 26 ans pour Maje. Cette profondeur forge des codes distincts et une expression singulière : la mode vibrante de Sandro ; l'esprit libre et féminin de Maje ; le vestiaire parisien de Claudie Pierlot ; l'allure masculine chez Fursac.

Ces identités distinctes permettent une complémentarité entre les marques. Elles s'adressent chacune à une clientèle différente et permettent de toucher un large public.

Reflet de cette singularité, l'expression de chaque marque s'incarne dans tous ses points de contact : campagnes, réseaux sociaux et influence. Elle prend avant tout forme dans ses boutiques, son premier média, où chaque espace porte les codes signatures de la marque..

1.4.1.2 L'EXCELLENCE PRODUIT AU CŒUR DE LA PROPOSITION SMCP

Les équipes de création travaillent en interne, sous la direction de leurs directeurs artistiques respectifs. Ensemble, elles conçoivent l'intégralité des collections proposées en magasin. Leur approche consiste à capter l'air du temps, saisir les signes de l'époque et les transformer en style. Un style ancré dans le présent, que chaque maison exprime à sa manière.

- Sandro forge sa vision à travers les robes iconiques, le costume, les extérieurs, le *casualwear* et des capsules créatives conçues avec des artistes, ou faites à partir de matériaux *upcyclés*.
- Maje allie fluidité et structure dans un travail de couture décomplexée, au service d'une silhouette ultra-féminine.
- Claudie Pierlot compose une silhouette iconique où la féminité assumée dialogue avec le vestiaire parisien.
- Fursac dessine une élégance nonchalante. Les fondations d'un vestiaire masculin complet, qui ne cherche pas à en faire trop, mais à tout faire bien.

Au-delà des pièces emblématiques, chaque collection est renouvelée en permanence ; chaque visite en boutique réserve une découverte. Les collections capsules ouvrent la voie à des collaborations nouvelles avec des artistes et à des créations pensées de manière durable.

La qualité des produits est fondamentale dans la valeur ajoutée du Groupe. Elle s'illustre par des finitions soignées, des matières certifiées ou responsables, un mélange de fabrication de grande qualité et d'assemblages complexes. Cette approche préserve des prix attractifs et assure la rentabilité des collections : une équation que SMCP maîtrise au quotidien.

1.4.1.3 UN RAYONNEMENT MONDIAL ANCRÉ DANS LES CAPITALES DE LA MODE

Les marques du Groupe sont présentes dans les grandes capitales de la mode. De Paris à Los Angeles, Londres, New York, Shanghai, Dubaï ou Milan, elles captent l'énergie de ces villes et s'appuient sur l'attractivité du tourisme mondial.

Par écho, les boutiques occupent des emplacements prisés dans les quartiers les plus vivants. Elles trouvent aussi leur place au sein de grands magasins prestigieux : Galeries Lafayette, Printemps, Le Bon Marché et la Samaritaine en France ; Selfridges et Harrods au Royaume-Uni ; La Rinascente en Italie ; El Corte Inglés en Espagne ; Globus en Suisse ; Breuninger en Allemagne, Bloomingdale's aux États-Unis, Palacio de Hierro au Mexique. En Asie, le Groupe est présent dans des destinations incontournables comme Shin Kong Place ou MixC en Chine continentale, International Finance Center et Harbour City à Hong Kong SAR.

Partout dans le monde, Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac bénéficient d'une image très positive. La présence internationale du Groupe représente 66% du chiffre d'affaires en 2025. Pour les années à venir, SMCP poursuit ce développement avec l'ambition de devenir un acteur de référence à l'échelle mondiale.

Ce rayonnement s'appuie aussi sur une communauté : créateurs de contenu, personnalités et clients engagés, qui portent spontanément les iconiques et nouveautés de chaque marque et font grandir la notoriété du Groupe. Ces produits emblématiques rencontrent d'ailleurs le même succès sur l'ensemble des marchés où elles sont présentes, preuve de l'attractivité de Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac. Chez Sandro Femme par exemple, environ deux tiers des *best-sellers* sont identiques sur l'ensemble des marchés

1.4.2 Un positionnement à part : le *Creative Premium*

SMCP n'est ni le compétiteur de la *fast fashion*, ni celui d'un luxe rendu plus inaccessible que jamais pour les clients. Le Groupe est leader de son propre segment : le *Creative Premium*. Une catégorie unique où se conjuguent excellence produit, créativité exigeante et distribution omnicanale.

1.4.3 Un contrat de valeur avec les clients

Le Groupe développe un modèle de retail intégré fondé sur l'agilité, la maîtrise et la désirabilité. Ce modèle s'appuie sur un regard créatif fort, ouvert aux styles et aux modes. Il repose également sur un travail singulier de l'image et de la narration, au service de marques très désirables. Parallèlement, la maîtrise de l'ensemble de la chaîne, du produit au client final, garantit un haut niveau d'exigence et une recherche constante du meilleur rapport style, qualité et prix. Enfin, l'expérience client est placée au cœur du dispositif. Elle repose sur une expertise retail reconnue et un digital optimisé, pour une offre omnicanale maîtrisée. Ce modèle à part permet de nouer un contrat de valeur avec les clients.

1.4.3.1 L'EXIGENCE CRÉATIVE AVANT TOUT

Un processus de création entièrement internalisé

Chaque maison s'appuie sur un directeur artistique dédié et des équipes talentueuses de designers, stylistes, modélistes, patronniers et mécaniciens-couture. Ensemble, ils travaillent dans leurs propres studios et ateliers parisiens. Cette organisation offre à chaque marque une équipe complète pour concevoir et développer ses propres collections.

En amont, le processus de création consiste à capter l'air du temps : tendances, matières, couleurs et techniques de l'époque. Chaque marque les réinterprète à travers ses codes distincts et sa patte singulière. Ainsi, l'inspiration du moment se transforme en style, ancré dans un présent qui dure.

Une stratégie de communication au service d'une image singulière

Chaque collection s'écrit à travers le regard de photographes de renom et l'élégance de modèles choisis pour incarner la singularité des marques. Ces campagnes se déploient ensuite sur des canaux multiples : films, événements, affichage, collaborations, presse et activations digitales. Chaque point de contact porte l'identité de la marque et raconte sa propre histoire.

Les boutiques du Groupe restent son premier média. Elles véhiculent l'image mode cultivée par SMCP et incarnent l'expérience que le Groupe souhaite offrir. Les événements en boutique, en particulier, tissent une vraie proximité avec les clients et renforcent le lien avec chacune des marques.

En parallèle, les plateformes digitales réinventent les standards de communication et le retail. Le Groupe investit fortement dans le digital : publicité ciblée, campagnes vidéo et contenus immersifs. Ces initiatives consolident le positionnement unique des marques.

Enfin, la présence sur les réseaux sociaux et les sites spécialisés dans la mode façonne l'image de SMCP et fait grandir sa notoriété.

Un rayonnement mondial soutenu par des emplacements de premier plan

Le réseau compte 1 630 points de vente, répartis dans les plus grandes capitales de la mode. Les boutiques occupent des emplacements prisés dans les quartiers les plus dynamiques. De même, les corners bénéficient de positions privilégiées au sein des grands magasins de référence.

Une relation client fondée sur l'expertise et la passion

Le réseau de boutiques crée une relation personnelle avec chacun de ses clients. Cette proximité s'appuie sur l'accompagnement de vendeurs passionnés par la mode, recrutés et formés avec soin. Elle s'appuie aussi sur les choix de *merchandising* visuel qui viennent soutenir le *storytelling* de chaque marque.

Pour encourager le dialogue avec le vendeur, une seule taille par produit est présentée sur cintre et les cabines d'essayage sont dépourvues de miroirs. Ce parti pris invite naturellement au contact avec les équipes de vente. Car les vendeurs sont les véritables ambassadeurs du Groupe : ils proposent des conseils en stylisme adaptés à chaque client et transmettent l'histoire de la marque.

Le recrutement d'équipes multilingues permet au Groupe d'offrir à sa clientèle internationale un accueil adapté et une expérience d'achat personnalisée. Les forces de vente sont organisées, motivées et accompagnées par un suivi étroit. Leur rémunération reflète les performances individuelles et collectives.

L'expertise client se construit au quotidien. Les vendeurs, directeurs de magasins et directeurs régionaux bénéficient de formations spécifiques dispensées par la SMCP School, créée en 2013 et déployée en France, en Europe, aux États-Unis et en Asie.

1.4.3.2 L'AGILITÉ DU MODÈLE DE RETAIL INTÉGRÉE

Le modèle opérationnel du Groupe allie rapidité et réactivité. Du design à la confection, le cycle de production reste court. Cette fluidité repose sur une plateforme logistique intégrée et une chaîne de distribution globale contrôlée de bout en bout.

Chaque marque dispose d'une équipe de designers dédiés, animée par son directeur artistique. Ces équipes suivent un processus de design structuré : plans de collections rigoureusement orchestrés d'un côté, observation permanente des signes de l'époque de l'autre. Ce dialogue entre méthode et instinct permet de saisir les tendances émergentes et de les traduire rapidement.

Une mise en vente efficace

Les équipes design, achats et approvisionnement travaillent en étroite collaboration. Cette synergie permet de capter l'air du temps et d'alimenter les boutiques rapidement. En conséquence, les délais d'approvisionnement figurent parmi les plus compétitifs du marché premium.

Un approvisionnement souple et une base de fournisseurs diversifiée

Le réseau du Groupe compte plus de 450 fournisseurs : produits finis, produits à façon et composants. Cette diversité offre une grande flexibilité pour les calendriers de design et de production. Parmi eux, environ 30% des fournisseurs ont au moins deux marques en commun, facilitant ainsi les négociations niveau Groupe.

La proximité géographique d'une partie du réseau renforce cette agilité : environ 50 % de la production est réalisée dans la région EuroMed, ce qui réduit les délais de livraison. Par ailleurs, la sélection rigoureuse des partenaires garantit des produits fiables et de haute qualité.

Les approvisionnements combinent produits finis et travail à façon. Pour ces derniers, le Groupe achète les tissus et confie la fabrication à des tiers. Cette organisation permet d'être très réactif : en cas de réapprovisionnement, la production peut redémarrer très rapidement.

Des cycles de réapprovisionnement rapides et des stocks optimisés

Le modèle verticalement intégré permet des cycles courts et des niveaux de stock maîtrisés. En amont, le plan de collection permet d'anticiper les besoins en matières premières. Les relations de confiance avec les fournisseurs offrent ensuite une certaine souplesse dans les capacités de pré-réservation et les commandes.

Une fois les collections lancées, plusieurs signaux sont capitaux : les présentations en avant-première à la presse, aux partenaires et aux équipes commerciales, les remontées régulières des boutiques et la gestion fine des stocks. Grâce à ces indicateurs, les best-sellers sont rapidement identifiés et leur disponibilité anticipée. Si le réassort de l'entrepôt central nécessite quelques semaines, les magasins bénéficient ensuite d'un réapprovisionnement en quelques jours, grâce aux stocks déjà présents en entrepôt pour les références les plus demandées.

Une plateforme logistique mondiale qui permet un réassort en continu

Le modèle opérationnel repose sur des plateformes et une chaîne d'approvisionnement globales entièrement intégrées. Communs à l'ensemble des marques, les systèmes informatiques facilitent le cycle de réapprovisionnement et la gestion des stocks. Ils permettent également de mesurer les performances de chaque boutique et de diffuser les meilleures pratiques à travers tout le réseau.

Les récents investissements dans des infrastructures partagées et des plateformes globales préparent à une forte croissance future. Cette organisation s'appuie sur plusieurs sites stratégiques : des entrepôts entièrement automatisés à proximité de Paris-Charles-de-Gaulle, à Marly-la-Ville et Vémars (plus de 50 000 m² au total), ainsi que des infrastructures logistiques dans le New Jersey, à Shanghai, Hong Kong, Qianhai et Sydney.

Ce maillage offre souplesse et réactivité partout dans le monde. Ainsi, le réapprovisionnement est assuré en trois jours en Europe ; quatre jours en Amérique du Nord (côte Est) et en Asie. Ces délais courts permettent de maintenir des stocks limités dans les points de vente et donc de maximiser la surface dédiée à la vente.

Un processus de création structuré et réactif

Le processus de création s'appuie sur un plan de collection précis, complété par des procédures d'achat et d'approvisionnement efficaces. SMCP développe dix collections par an (deux par marque, incluant Sandro Homme). Au total, ces collections représentent en moyenne 510 à 560 références chez Sandro Femme, 610 à 650 références chez Maje, 400 à 430 chez Claudie Pierlot, 350 à 380 chez Sandro Homme et 270 à 300 chez Fursac.

Le plan de collection définit un nombre cible de références par catégorie de produits : couleurs, textiles, prix et occasions de port. Cette méthode assure une offre équilibrée et intègre les objectifs de prix et de marge dès le début du processus.

En amont, les équipes de création s'appuient sur plusieurs sources d'information : performance historique de certains modèles, retours des équipes de vente, *best-sellers* des saisons précédentes et pratiques du marché. Cette approche allie rigueur et capacité d'adaptation.

Un renouvellement permanent qui stimule la fréquentation

La capacité à offrir de la nouveauté est le socle de la stratégie produit. Pour y parvenir, le processus de création se poursuit tout au long de l'année et renouvelle en permanence l'offre en boutique.

Chaque collection se déploie en six à neuf vagues. Celles-ci sont complétées par des éditions limitées qui relancent leur désirabilité. Ce rythme soutenu encourage les clients à revenir régulièrement en magasin. Par ailleurs, chaque nouvelle collection propose une réinterprétation des *best-sellers* des marques.

Un modèle *retail* facilement déployable et une politique d'expansion disciplinée

Au fil du temps, le réseau de distribution s'est développé rapidement et efficacement. Ces dernières années, SMCP a significativement élargi sa présence internationale, en particulier en Europe et en Asie avec une expansion faite via nos partenaires dans des nouveaux marchés.

Mais aussi avec l'ouverture de points de vente en direct notamment des *flagships* dans des capitales ou villes clés.

Deux équipes dédiées pilotent ce développement : l'une se consacre au développement du réseau et à la négociation des baux, l'autre à l'aménagement des nouveaux espaces.

Un processus de décision rigoureux

Chaque projet d'ouverture passe par une revue de critères stricts, et plus particulièrement sur celui du délai de retour sur investissement. La décision finale est prise par un comité dédié présidé par le Directeur Général.

Le Groupe n'envisage l'ouverture d'un nouveau point de vente que s'il a identifié un emplacement attractif à un coût approprié. Au cours de cette étude, les caractéristiques démographiques de chaque zone sont examinées pour s'assurer d'un accès à la clientèle cible. L'impact potentiel sur les points de ventes existants à proximité est étudié pour minimiser tout effet de cannibalisation. SI nécessaire, une ouverture peut être reportée jusqu'à ce que les meilleures conditions soient réunies.

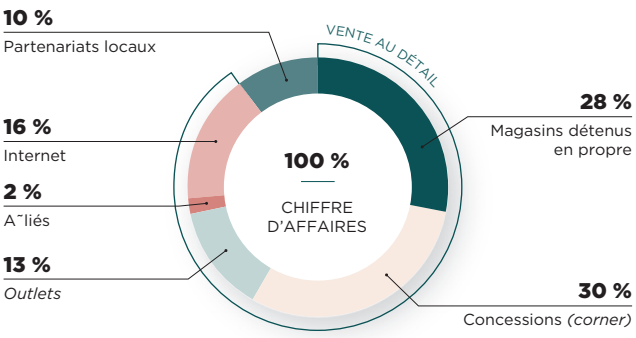
1.4.3.3 UN RÉSEAU DE DISTRIBUTION TOTALEMENT INTÉGRÉ

La vente directe est privilégiée : 90% du chiffre d'affaires se fait dans les boutiques en propre du Groupe. Ce modèle offre un contrôle étroit sur la distribution, l'image et la politique commerciale. Il permet d'offrir aux clients une expérience homogène dans tous les points de vente du réseau.

Cette stratégie prend racine au début des années 2000, période à laquelle SMCP abandonne progressivement les activités *wholesale* (ventes en gros). Le réseau de succursales et concessions permet de contrôler directement les points clés de la stratégie : prix de vente, achats, forces de vente, image et communication. Cette approche est l'un des principaux facteurs qui permet au Groupe de maintenir une marge brute de gestion élevée.

L'équilibre entre loyers fixes et loyers variables, résultat du mix entre magasins et concessions, limite l'exposition au risque de diminution des marges. Au-delà du réseau en propre, des partenariats sont noués pour s'implanter sur certains marchés à fort potentiel. Ces alliances ouvrent des marchés attractifs malgré les contraintes réglementaires ou les risques opérationnels plus élevés.

Répartition du chiffre d'affaires par nature de point de vente



Une gestion *retail maîtrisée*

Les forces de vente sont organisées, motivées et accompagnées par un suivi étroit de la performance. Cette approche se traduit par des indicateurs solides : le panier moyen se compose de 1,7 produit pour un ticket moyen de 345 euros à chaque achat. Le prix de vente moyen initial en 2025 est d'environ 266 euros. En Europe, plus de la moitié des ventes se fait à un prix plein, ce qui témoigne de l'attractivité des pièces imaginées.

De manière générale, les points de vente en propre se caractérisent par des surfaces relativement compactes : 70 à 130 m² en moyenne pour les succursales, 55 m² pour les concessions. Ces surfaces optimisées conduisent à de bons indicateurs de performance opérationnelle, notamment en termes de marge sur coûts directs.

Les nouveaux points de vente affichent un niveau élevé de retour sur capital investi, mesuré par le taux de rendement interne et le *payback*. Ce résultat illustre l'efficacité de la stratégie de déploiement international et la rigueur de l'approche d'investissement du Groupe.

1.4.4 Une équipe de direction solide et une organisation structurée pour accompagner la croissance du Groupe

L'équipe de direction est conduite par Isabelle Guichot, Directrice Générale du Groupe. Passée par les groupes Kering et Richemont, elle apporte plus de trente ans d'expérience dans les secteurs du luxe international et du retail. Avant de rejoindre SMCP, Isabelle Guichot a notamment occupé le poste de Directrice Générale de Balenciaga pendant neuf ans, après avoir dirigé Sergio Rossi.

Au sein du groupe Richemont, elle a occupé différents postes dont celui de Directrice Générale de Van Cleef & Arpels et de Lancel, après avoir débuté sa carrière chez Cartier. Diplômée d'HEC, elle a développé de nombreuses maisons en leur apportant sa vision stratégique et son sens du business et du client.

Une gouvernance opérationnelle resserrée

Le Comité exécutif se réunit mensuellement. Il discute de la stratégie et des enjeux du Groupe, suit l'activité et coordonne la direction opérationnelle. Il se compose :

- du Directeur Général du Groupe ;
- des trois fondateurs historiques, également Directeurs Généraux Délégués : Mme Évelyne Chetrite, fondatrice de la marque Sandro, Mme Judith Milgrom, fondatrice de la marque Maje et M. Ilan Chetrite, fondateur de Sandro Homme. Directeurs artistiques de leurs marques respectives, ils s'impliquent activement dans leur développement ;
- de quatre Directeurs Généraux de marques (Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac), en charge de la gestion globale de leur marque dans le monde ;
- de deux Directeurs Généraux de région (Amérique du Nord et Asie), chargés de la mise en œuvre de la stratégie des marques dans leur région respective ;
- du Directeur administratif et financier ;
- de la Directrice des opérations et de la transformation ;
- de la Directrice des ressources humaines ;
- du Secrétaire général ;
- du Directeur de la RSE; et
- du Directeur des Partenariats Internationaux.

Une équipe expérimentée et stable

L'équipe de direction possède une expérience significative, à la fois dans le luxe et au sein de grands groupes de mode. Chaque marque et chaque grande région sont dirigées par un Directeur Général bénéficiant en moyenne de plus de vingt ans d'expérience. Cette équipe s'appuie sur un réseau de managers talentueux.

SMCP bénéficie d'une stabilité dans les fonctions clés de support des activités commerciales, de production et d'achat. Ces dernières années, les équipes ont mené l'expansion internationale et porté la croissance du chiffre d'affaires dans un environnement macroéconomique difficile.

Cette organisation est clé pour asseoir le rôle du Groupe en tant que leader du *Creative Premium* à l'échelle mondiale. Les directeurs artistiques et l'équipe de direction sont par ailleurs actionnaires, ce qui aligne les intérêts de chacun pour accompagner la croissance future du Groupe.

1.5 Axes stratégiques

INTRODUCTION

Le marché de la mode premium évolue vite. Plusieurs tendances transforment durablement les attentes et les comportements des clientes et clients :

- une polarisation grandissante entre luxe et *fast-fashion*, qui renforce la place du *Creative Premium* dans le paysage ;
- l'essor des classes moyennes dans les marchés émergents, notamment en Asie du Sud-Est et en Inde, porté par une hausse du pouvoir d'achat ;
- l'arrivée d'une nouvelle génération prescriptrice, composée de clientes et clients plus jeunes, plus informés et en quête de style, d'expérience et de valeur ;
- un parcours d'achat résolument omnicanal, où boutique, digital, réseaux sociaux et IA s'entremêlent avec fluidité et exigence ;
- une attente accrue d'émotion et d'authenticité, qui nourrit le lien entre les marques et celles et ceux qui les choisissent ;
- une attention plus forte à la responsabilité, devenue un critère essentiel de décision, en particulier pour les plus jeunes ;
- une adoption rapide de la circularité, avec la seconde main, la location et la réparation qui s'ancrent de plus en plus dans les usages.

Dans ce contexte, SMCP s'appuie sur la force de son positionnement ***Creative Premium*** et sur l'énergie de ses marques pour avancer au rythme de son époque. Son ambition — *croître sans limite, rêver sans frontière, faire rayonner durablement notre signature* — s'incarne dans quatre piliers qui structurent le plan stratégique du Groupe et guident l'ensemble de ses actions :

- inspirer le désir et renforcer la valeur des marques, en affirmant un style distinctif et une créativité qui capte l'air du temps ;
- placer le client et l'expérience au cœur, en construisant des parcours plus fluides, plus personnalisés et plus engageants ;
- exécuter avec excellence, agilité et responsabilité, pour renforcer la performance opérationnelle et faire évoluer les outils au service du présent ;
- développer la présence de manière sélective et durable, en ouvrant de nouveaux horizons géographiques, digitaux et modèles de croissance.

Ces quatre piliers façonnent la dynamique du Groupe et soutiennent une trajectoire de croissance cohérente avec son époque, ses valeurs et son projet collectif.

1.5.1 Inspirer le désir et renforcer la valeur des marques

La désirabilité constitue un moteur central de la croissance du Groupe. Les marques de SMCP expriment un style ancré dans le présent, porté par une créativité vivante qui capte l'air du temps et affirme des signatures fortes. La cohérence de l'offre, la qualité des produits et la lisibilité des collections renforcent un lien durable avec les clientes et clients.

Les leviers prioritaires :

- renforcer l'identité créative de chaque marque avec des collections plus distinctives, des capsules ciblées et des pièces iconiques ;
- élever la qualité et affiner la cohérence des lignes avec davantage d'éco-conception et une lecture plus nette des silhouettes dans les communications et magasins ;
- développer les accessoires pour amplifier la visibilité, enrichir les silhouettes et élargir la base de clientes et clients ;
- accroître l'impact des prises de parole, grâce à des contenus créatifs, ciblés et adaptés aux marchés clés ;
- consolider une stratégie full-price exigeante qui soutient la valeur et la désirabilité des marques dans la durée.

1.5.2 Placer le client et l'expérience au cœur

Le client occupe une place centrale dans les décisions du Groupe. L'expérience s'enrichit à chaque étape du parcours grâce à une meilleure compréhension et écoute de la voix des clients et de leurs attentes, une donnée mieux structurée et des interactions fluides entre les boutiques, outils digitaux et services omnicanaux. L'objectif est une expérience cohérente, personnelle et ancrée dans le présent.

Les leviers prioritaires :

- unifier et fiabiliser la donnée client pour renforcer la personnalisation et la pertinence des échanges ;
- fluidifier l'expérience omnicanale, en connectant les équipes, les outils et les services autour d'un même parcours ;
- déployer des solutions de personnalisation avancées — IA, CRM, recommandations — pour accompagner chaque cliente et chaque client avec précision ;
- stimuler l'engagement et la confiance, grâce à des contenus dédiés, des temps forts de marque, une présence plus locale et incarnée et une attention croissante portée aux enjeux de responsabilité, notamment en matière de traçabilité, de durabilité et de transparence ;
- adapter les assortiments et les approches selon les spécificités des marchés tout en préservant l'identité de chaque Maison.

1.5.3 Exécuter avec excellence, agilité et responsabilité

Les opérations du Groupe évoluent pour soutenir la performance collective. Les outils se modernisent, la supply chain s'optimise et l'intelligence artificielle s'intègre pour mieux anticiper, décider et agir. Cette exigence opérationnelle s'accompagne d'engagements ESG forts, qui ancrent la croissance dans un présent responsable et durable.

Les leviers prioritaires :

- assurer un portefeuille de marques rentable et équilibré en soutenant la progression de chaque Maison selon sa trajectoire stratégique ;
- optimiser la supply chain pour améliorer la disponibilité produit, réduire les excédents et renforcer l'agilité ;
- renforcer l'usage de la data, de l'IA et de l'automatisation pour affiner les prévisions et améliorer l'efficacité globale ;
- élever les standards ESG en développant les matières certifiées, les collections à faible impact, la traçabilité et la circularité ;
- accompagner l'évolution des métiers en développant les compétences et l'engagement des équipes.

1.5.4 Développer la présence de manière sélective et durable

Le Groupe ouvre de nouveaux horizons en déployant une croissance sélective et durable, adaptée aux dynamiques régionales. Les *retail partners* s'accélèrent, les modèles digitaux se renforcent et l'écosystème évolue avec la seconde main et de nouveaux relais de croissance (nouvelles catégories, nouveaux canaux et nouveaux territoires).

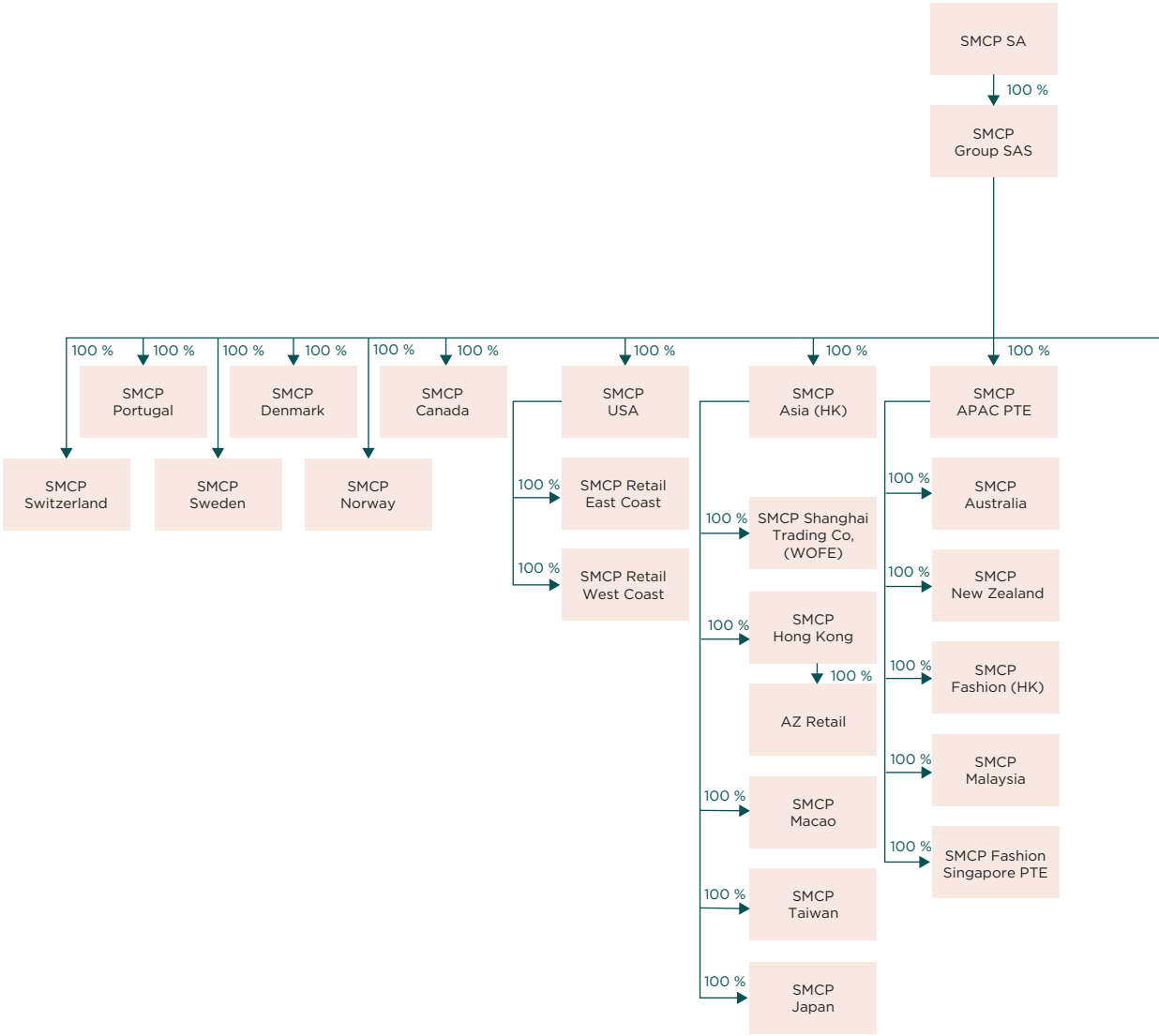
Les leviers prioritaires :

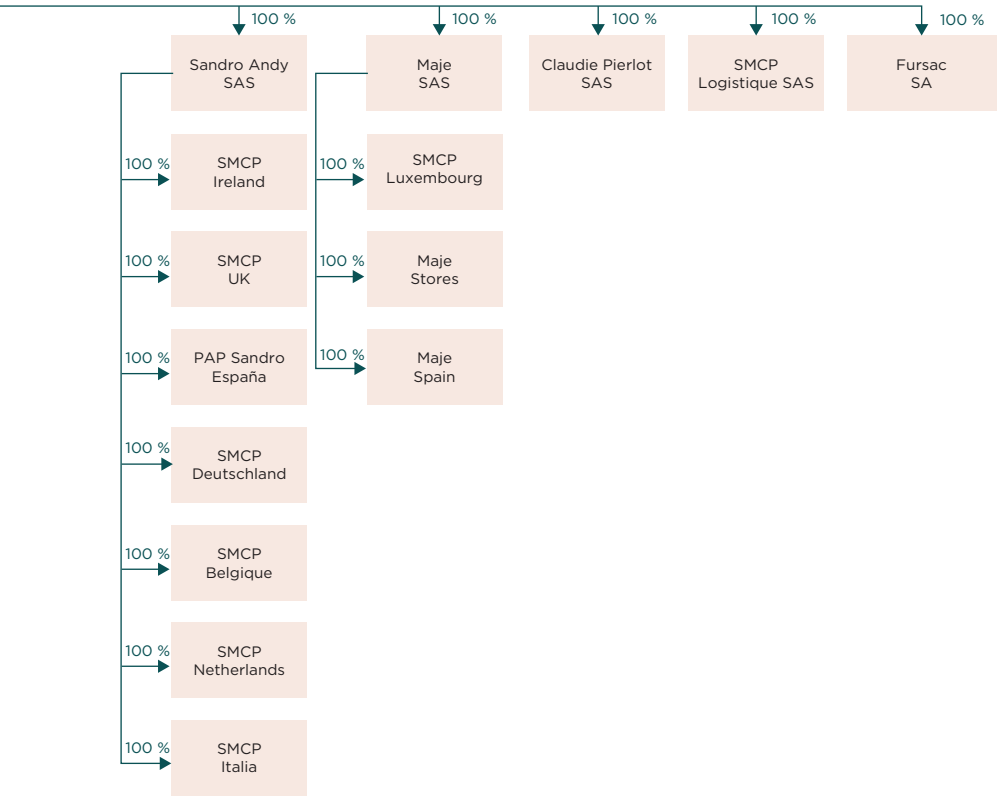
- renforcer la présence dans les zones stratégiques clés, en optimisant et rénovant le réseau en France, en ouvrant sélectivement en Europe dans les capitales clés, en poursuivant la croissance en Amérique du Nord et en accélérant en Asie ;
- développer les *retail partners* dans les marchés à fort potentiel, notamment au Moyen-Orient, en Amérique latine, en Asie du Sud-Est et en Corée du Sud ;
- faire progresser le modèle digital grâce à une expérience plus fluide, au crossborder et à une stratégie *marketplaces* maîtrisée ;
- structurer la seconde main comme un relais de croissance complémentaire de la première main, en renforçant son intégration et en élargissant son déploiement ;
- explorer de nouvelles voies de croissance : nouveaux canaux, nouvelles catégories, collaborations ou partenariats ciblés.

1.6 Organigramme

1.6.1 Organigramme juridique du Groupe au 31 décembre 2025

Les pourcentages indiqués dans l'organigramme ci-dessous représentent une détention en capital et en droits de vote au 31 décembre 2025 :




100 %
Sandro Andy SAS
100 %
Maje SAS
100 %
Claudie Pierlot SAS
100 %
SMCP Logistique SAS
100 %
Fursac SA
100 %
SMCP Ireland
100 %
SMCP Luxembourg
100 %
SMCP UK
100 %
Maje Stores
100 %
PAP Sandro España
100 %
Maje Spain
100 %
SMCP Deutschland
100 %
SMCP Belgique
100 %
SMCP Netherlands
100 %
SMCP Italia

1.6.2 Filiales et participations

PRINCIPALES FILIALES

Les principales filiales directes ou indirectes de la Société à la date du présent document d'enregistrement universel sont décrites ci-après :

- **SMCP Group SAS** est une société par actions simplifiée de droit français, au capital de 107 365 480 euros, dont le siège social est situé 49, rue Étienne-Marcel, 75001 à Paris, et immatriculée sous le numéro 819 258 773 au Registre du commerce et des sociétés de Paris. Elle est une société holding ;
- **Maje SAS** est une société par actions simplifiée de droit français, au capital de 100 000 euros, dont le siège social est situé 2, rue de Marengo, 75001 à Paris, et immatriculée sous le numéro 382 544 310 au Registre du commerce et des sociétés de Paris. Elle est la société holding et opérationnelle du Groupe pour la marque Maje en France ;
- **Sandro Andy SAS** est une société par actions simplifiée de droit français, au capital de 279 344 euros, dont le siège social est situé 150, Boulevard Haussmann, 75008 à Paris, et immatriculée sous le numéro 319 427 316 au Registre du commerce et des sociétés de Paris. Elle est la société holding et opérationnelle du Groupe pour la marque Sandro en France ;
- **Claudie Pierlot SAS** est une société par actions simplifiée de droit français, au capital de 48 125 000 euros, dont le siège social est situé 2, rue de Marengo, 75001 à Paris, et immatriculée sous le numéro 328 759 857 au Registre du commerce et des sociétés de Paris. Elle est la société opérationnelle du Groupe pour la marque Claudie Pierlot en France ;
- **Fursac SA** est une société anonyme de droit français, au capital de 4 694 893,89 euros, dont le siège social est situé 49, rue Étienne-Marcel, 75001 à Paris, et immatriculée sous le numéro 378 486 096 au Registre du commerce et des sociétés de Paris. Elle est la société opérationnelle du Groupe pour la marque Fursac en France ;
- **SMCP USA Inc.** est une société de droit américain au capital de 1 dollar américain, dont le siège social est situé 2711 Centerville Road Suite 400, Wilmington, Delaware 19808 et enregistrée sous le numéro 4850860 au Delaware. Elle est la société holding du Groupe pour ses activités aux États-Unis ;
- **SMCP Shanghai Trading Co. Ltd** est une *limited liability company* de droit chinois au capital de 5 000 000 dollars américains, dont le siège social est situé Room 701, Floor 7, North Annex of building 1, N° 757 Jiaozhou Road, Jing'An District, Shanghai, Chine, et enregistrée sous le numéro 06000002201706220015 à Shanghai. Elle est la société opérationnelle du Groupe pour la Chine continentale ;
- **SMCP Asia Ltd** est une *private company* régie par le droit hongkongais au capital de 1 dollar de Hong Kong, dont le siège social est situé Unit 3203A-5A, 32/F, The Centrium, 60 Wyndham Street, Central, Hong Kong SAR, et enregistrée sous le numéro 1838474 à Hong Kong SAR. Elle est la société opérationnelle du Groupe pour l'Asie.

1.7 Environnement législatif et réglementaire

Du fait de son activité de vente *retail,* le Groupe est soumis, dans chacun de ses pays d'implantation, à la réglementation en matière de droit de la consommation et du commerce électronique, de responsabilité du fait des produits, de protection des données personnelles, des horaires d'ouverture des points de vente, du commerce international et des droits de douane. Au sein de l'Union européenne (et notamment en France) où le Groupe réalise une grande partie de ses activités, ce cadre réglementaire est notamment composé de directives devant être transposées dans chacun des États membres.

1.7.1 Droit de la consommation et du commerce électronique

En tant que distributeur, à travers ses points de vente et ses différents sites Internet, le Groupe est soumis à un ensemble de règles contraignantes qui régissent la vente et les relations entre commerçants et consommateurs (étiquetage, conditions de vente, réglementation des pratiques déloyales, règles spécifiques au commerce électronique, etc.) et, plus généralement, le fonctionnement de ses magasins (jours d'ouverture, périodes de soldes, autorisations administratives d'ouverture, réglementation des établissements recevant du public, accessibilité, sécurité, etc.).

Au niveau européen, la principale directive encadrant le droit de la consommation est la directive 2011/83/UE du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs. Cette directive a permis d'harmoniser entièrement au niveau européen certains aspects du droit de la consommation et du droit des contrats applicables aux ventes réalisées entre professionnels et consommateurs, tels que par exemple l'obligation d'information incombant au vendeur (notamment sur le prix et l'existence d'un service après-vente) et le droit de rétractation pour les ventes en ligne. Cependant, dans d'autres domaines, comme par exemple ceux de la directive (UE) 2019/771 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2019 relative à certains aspects concernant les contrats de vente de biens, de la directive 94/62/CE relative aux emballages et aux déchets d'emballage et de la directive 93/13/CEE du 5 avril 1993 relative aux clauses abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs, il n'existe aujourd'hui que des règles d'harmonisation minimale. Les États membres peuvent donc les compléter avec une réglementation nationale plus stricte.

Le droit français tend en particulier vers un renforcement de la protection des consommateurs. Ainsi, la directive 2011/83/UE a été transposée en France dans le Code de la consommation par la loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation et le décret n° 2014-1061 du 17 septembre 2014 relatif aux obligations d'information précontractuelle et contractuelle des consommateurs et au droit de rétractation. Le Code de la consommation prévoit ainsi le régime de protection des consommateurs, le non-respect de ses dispositions pouvant entraîner des sanctions financières. Ainsi, conformément aux dispositions des articles L. 221-18 et suivants du Code de la consommation, le consommateur, sous réserve de certaines exceptions, dispose d'un droit de rétractation dans le cadre d'un contrat conclu à distance. Le consommateur bénéficie ainsi d'un délai de quatorze jours francs pour exercer son droit de rétractation sans avoir à justifier de motifs. En outre, l'article L. 623-1 du Code de la consommation relatif à l'action de Groupe, permet aux consommateurs d'obtenir réparation des préjudices patrimoniaux résultant des dommages matériels qu'ils ont subis notamment à l'occasion de la vente de biens ou la fourniture de services. En outre, en application de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, les prestataires de services et vendeurs de biens sont tenus d'indiquer au consommateur un certain nombre d'informations détaillées lorsque ces contrats sont conclus à distance par voie électronique. Cette obligation d'information du professionnel vis-à-vis du consommateur intervient à différents stades du processus contractuel : en amont de la commande préalablement à la conclusion du contrat, lorsque le consommateur passe la commande afin que ce dernier puisse en vérifier le détail, et après la conclusion du contrat, au plus tard lors de la livraison du bien ou du service.

Par ailleurs, l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 portant réforme du droit des contrats, du régime général et de la preuve des obligations a considérablement modifié le régime français du droit des obligations en introduisant notamment de nouvelles dispositions en matière de protection des cocontractants, telles que le caractère non écrit des clauses créant un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat dans le cadre de contrats d'adhésion ou encore en mettant en place une obligation de renégociation des droits en cas de survenance de circonstances imprévisibles.

Aux États-Unis, de nombreuses lois, tant au niveau fédéral qu'au niveau des États, régissent les relations entre détaillants et consommateurs de produits textiles. Au niveau fédéral, le *Textile and Wool Acts,* dont l'application est contrôlée par la *Federal Trade Commission,* s'applique à la vente de produits textiles. Il exige notamment l'apposition d'une étiquette détaillant la composition, le pays d'origine, et l'identité du fabricant. Au niveau des États, beaucoup d'entre eux, notamment le Delaware, ont adopté le *Uniform Deceptive Trade Practices Act,* réglementant les activités frauduleuses et les publicités mensongères.

En Chine continentale, au niveau national, les principales lois protégeant les droits et intérêts légitimes des consommateurs comprennent la Loi sur la protection des droits et intérêts des consommateurs (adoptée en 1993 et révisée en 2013), qui accorde aux clients le droit de retourner les marchandises sans raison en cas d'achat par certains moyens spécifiés et la Loi sur le commerce électronique (adoptée en 2019), qui est la législation clé dans le domaine du commerce électronique, visant à réglementer et promouvoir le développement du commerce électronique. Cette dernière réglemente les opérateurs de commerce électronique afin de protéger le droit des consommateurs à l'information et au choix et vise à empêcher que les consommateurs ne soient induits en erreur ou trompés.

1.7.2 Responsabilité du fait des produits

Le Groupe, en tant que vendeur et distributeur, est responsable des conséquences dommageables liées aux produits qu'il vend ou qu'il distribue. Cette responsabilité peut être engagée tant sur le plan pénal que sur le plan civil, sur le fondement de plusieurs régimes, dont certains sont résumés ci-après. Par ailleurs, les contrats conclus entre le Groupe et ses fournisseurs contiennent des clauses relatives au respect des normes et réglementations applicables, des mécanismes d'indemnisation, des garanties concernant la qualification du fournisseur (réputation, solidité financière, existence de polices d'assurance adéquates, respect des normes et réglementations applicables, etc.) et des clauses de « retour produits » aux termes desquelles le fournisseur s'engage à reprendre les produits sous certaines conditions.

Le règlement (UE) 2023/988 du Parlement européen et du Conseil du 10 mai 2023 relatif à la sécurité générale des produits impose une obligation générale de sécurité pour tout produit mis sur le marché et destiné aux consommateurs ou susceptible d'être utilisé par eux. En France, selon l'article L. 421-3 du Code de la consommation, « les prestations de services doivent présenter, dans des conditions normales d'utilisation ou dans d'autres conditions raisonnablement prévisibles par le professionnel, la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre et ne pas porter atteinte à la santé des personnes ».

Le Groupe, en tant que distributeur, doit prendre toutes mesures utiles pour contribuer au respect de l'ensemble des obligations de sécurité et d'absence d'atteinte à la santé des personnes prévues par les textes législatifs et réglementaires. Un produit sûr est celui qui ne présente aucun risque, ou qui ne présente que des risques réduits (compatibles avec l'utilisation du produit) et acceptables à l'égard d'une protection élevée pour la santé et la sécurité des personnes. Lorsqu'un distributeur est informé que des produits destinés aux consommateurs qu'il a mis sur le marché ne répondent pas aux exigences de sécurité et d'impact sur la santé, il doit en informer immédiatement les autorités administratives compétentes, en indiquant les actions qu'il engage afin de prévenir les risques pour les consommateurs. Les distributeurs doivent également s'interdire de fournir des produits dont ils savent, sur la base des informations en leur possession et en leur qualité de professionnel, qu'ils ne satisfont pas aux obligations de sécurité prévues par les textes. Enfin, les distributeurs doivent participer au suivi de la sécurité des produits mis sur le marché par la transmission des informations concernant les risques liés à ces produits, par la tenue et la fourniture des documents nécessaires pour assurer leur traçabilité, ainsi que par la collaboration aux actions engagées par les producteurs et les autorités administratives compétentes, pour éviter les risques.

Enfin, au titre des articles 1245 et suivants du Code civil, le Groupe est responsable des atteintes causées à la personne ainsi qu'aux biens d'une valeur supérieure à 500 euros par les produits qui n'offrent pas la sécurité à laquelle les clients du Groupe peuvent légitimement s'attendre et dont le Groupe s'est présenté comme le producteur en apposant dessus son nom, sa marque ou tout autre signe distinctif. Sauf faute, la responsabilité de celui-ci est éteinte dix ans après la mise en circulation du produit qui a causé le dommage à moins que durant cette période, la victime n'ait engagé une action en justice. L'action en réparation se prescrit dans un délai de trois ans. Vis-à-vis des consommateurs, les clauses qui visent à écarter ou à limiter la responsabilité du fait des produits défectueux sont interdites ou réputées non écrites.

Aux États-Unis, le *Consumer Product Safety Act* réglemente la sécurité des produits de consommation tels que ceux vendus par le Groupe, et confie à la Commission de sécurité des produits de consommation *(United States Consumer Product Safety Commission)* le développement de standards réglementaires et le pouvoir de procéder aux rappels de produits défectueux.

En Chine continentale, au niveau national, la principale loi régissant la responsabilité du fait des produits est la Loi sur la qualité des produits (adoptée en 1993 et révisée en 2018), qui vise à renforcer la supervision et la gestion de la qualité des produits, améliorer le niveau de qualité des produits, clarifier les responsabilités en ce domaine, protéger les droits et intérêts légitimes des consommateurs et maintenir l'ordre social et économique. Cette loi prévoit de lourdes sanctions si les produits vendus ne répondent pas aux normes de qualité applicables, notamment des amendes pouvant atteindre trois fois la valeur des produits vendus, la révocation de la licence commerciale et/ou des responsabilités pénales.

1.7.3 Réglementation relative à la protection des données personnelles

Dans le cadre de son activité, le Groupe collecte et traite des données à caractère personnel concernant notamment les clients des magasins et les utilisateurs des sites Internet.

Au sein de l'Union européenne, le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données (le Règlement général sur la protection des données, « RGPD ») constitue le cadre de référence en matière de traitement des données personnelles dans l'ensemble des pays membres et vient compléter en France la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés qui reste pour l'instant toujours applicable.

Le RGPD s'applique aux traitements de données personnelles automatisés ou non automatisés si les données sur lesquelles ils portent sont contenues ou sont destinées à être contenues dans un fichier. La notion de « donnée personnelle » est définie largement comme toute information concernant une personne physique identifiée ou identifiable de façon directe ou indirecte et ce, quel que soit le pays de résidence ou de nationalité de cette personne. Elle oblige les responsables de traitements de données personnelles établis dans un État membre de l'Espace économique européen (EEE), ou ayant recours à des moyens de traitement situés sur le territoire d'un État membre de l'Espace économique européen, à prendre un certain nombre de mesures en amont de la collecte de ces données, pendant leur conservation et jusqu'à leur effacement. Aux termes du RGPD, est considérée comme « responsable du traitement » la personne ou entité qui, seule ou conjointement avec d'autres, détermine les finalités et les moyens du traitement de données personnelles.

Le RGPD impose un ensemble d'obligations d'information des clients, notamment relatives aux modalités de mise en œuvre du droit d'accès, de rectification et de suppression des données contenues dans les fichiers. En particulier, les données bancaires communiquées par des clients lors d'un achat sur Internet sont des données dont la nature justifie des conditions de conservations strictes, entourées de mesures de sécurité élevées. La collecte et la conservation de telles données sont soumises au respect des prescriptions du RGPD. Au-delà de la transaction, la conservation de ces données est ainsi subordonnée au consentement des clients et ne peut intervenir que pour une durée limitée. La Commission nationale de l'informatique et des libertés (la « CNIL ») dispose en outre de pouvoirs de contrôle, d'investigation, d'injonction et de sanction de nature administrative. Enfin, le non-respect des dispositions du RGPD peut faire l'objet de sanctions civiles, administratives ou pénales. La CNIL peut prononcer des peines d'amende pouvant aller jusqu'à 20 millions d'euros ou 4 % du chiffre d'affaires annuel global des personnes morales concernées. Outre ces sanctions financières, la CNIL a la possibilité de publier les avertissements et les sanctions qu'elle prononce.

Ce cadre juridique pour la protection des données à caractère personnel dans l'Union européenne tend à renforcer les droits des individus, leur garantir un plus grand contrôle de leurs données personnelles et, plus généralement, garantir le droit à la vie privée. Ces règles visent en particulier à assurer la protection des informations personnelles des individus, où qu'elles soient envoyées, traitées ou conservées, même en dehors de l'Union européenne. Ces dispositions mettent également en place une obligation pour les entreprises de signaler les pertes et vols de données personnelles, de collecter le minimum d'informations personnelles, de vérifier l'impact de leurs projets sur la protection des données personnelles et enfin de désigner un *Data Protection Officer* (DPO) chargé de gérer ces problématiques au sein de l'entreprise. Au sein de la Société, le Secrétaire Général assure les fonctions de DPO.

En Chine continentale, au niveau national, la principale loi protégeant les informations personnelles est La Loi sur la protection des informations personnelles (adoptée en 2021), qui vise à protéger les droits en matière d'informations personnelles, réglementer les activités de traitement de ces informations et en promouvoir une utilisation rationnelle. Cette loi prévoit de lourdes sanctions en cas de violation, notamment une amende maximale pouvant aller jusqu'à 50 millions de RMB ou 5 % du chiffre d'affaires de l'année précédente, ainsi que la révocation de la licence commerciale.

1.7.4 Réglementation des horaires d'ouverture

Dans la quasi-totalité des pays d'implantation du Groupe, les heures d'ouverture et de fermeture des magasins sont réglementées, notamment durant le week-end et les jours fériés.

Au niveau européen, la réglementation relative aux horaires d'ouverture résulte notamment de la directive 2003/88/CE du 4 novembre 2003 concernant certains aspects de l'aménagement du temps de travail, modifiant les directives 2000/34/CE du 22 juin 2000 et 93/104/CE du 23 novembre 1993. La directive instaure des règles sur le temps de travail permettant de protéger la santé et la sécurité des travailleurs. Le texte impose des prescriptions minimales en matière de durée du travail, de temps de repos, de droit aux congés payés et de travail de nuit. À la date du présent document d'enregistrement universel, cette directive n'a pas encore fait l'objet d'une transposition en droit français.

En France, la loi n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques a modifié la législation sur l'ouverture des commerces le dimanche et en soirée. Concernant le travail dominical, sans remettre en cause le principe du repos hebdomadaire donné prioritairement aux salariés le dimanche, cette loi modifie le régime des dérogations suivantes : celles accordées aux établissements de vente au détail établis dans certaines zones géographiques, notamment les communes et zones touristiques, celles autorisées par le préfet lorsque la fermeture de l'établissement est préjudiciable au public ou porte atteinte au fonctionnement normal de l'établissement et celles accordées aux commerces de détail par le maire. Il existe quatre zones géographiques dans lesquelles l'employeur peut donner le repos hebdomadaire par roulement à tout ou partie du personnel (les zones touristiques, les zones commerciales, les « zones touristiques internationales » et les gares d'affluence exceptionnelle). Cette possibilité est offerte aux établissements de vente au détail mettant à disposition des biens et des services, et concerne ainsi de nombreux points de vente du Groupe en France.

Le Groupe a conclu le 16 décembre 2015 un accord collectif avec ses organisations syndicales représentatives afin de mettre en œuvre les dispositions de la loi n° 2015-990 sur le travail le dimanche et le travail de nuit. Cet accord régit les règles applicables pour les ouvertures dominicales des points de vente du Groupe (hors Fursac) à compter du 1er février 2016. Un accord collectif portant sur le travail dominical est également en vigueur depuis le 11 janvier 2017 concernant Fursac. Ces accords permettent au Groupe d'ouvrir un nombre significatif de points de vente additionnels le dimanche, en particulier à Paris.

La loi n° 2016-1088 du 8 août 2016 a, par ailleurs, porté la réforme du travail de nuit. En principe, tout travail effectué au cours d'une période d'au moins neuf heures consécutives comprenant l'intervalle entre minuit et cinq heures est considéré comme du travail de nuit. La période de travail de nuit commence au plus tôt à 21 heures et s'achève au plus tard à sept heures. Aux termes de l'article 8 de la loi n° 2016-1088, par dérogation, pour les établissements de vente au détail qui mettent à disposition des biens et des services et qui sont situés dans les zones touristiques internationales, la période de travail de nuit, si elle débute après 22 heures, est d'au moins sept heures consécutives comprenant l'intervalle entre minuit et sept heures.

Aux États-Unis, la réglementation applicable aux horaires d'ouverture est en grande partie décentralisée. À titre d'illustration, les *blue laws* qui restreignaient le travail le dimanche ont été progressivement abolies et les États ont établi la réglementation de leur choix. Les règles sont très hétérogènes et dépendent des intérêts économiques en présence, ainsi que du contexte culturel.

1.7.5 Réglementation des ventes au déballage, soldes, réduction de prix et liquidations

En tant que distributeur, le Groupe est soumis à un ensemble de règles contraignantes qui régissent les ventes au déballage, soldes, réduction de prix et liquidations.

Au niveau européen, la directive (UE) 2019/2161 du 27 novembre 2019 relative à la protection des consommateurs et notamment aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur est applicable aux ventes au déballage, soldes et liquidations. Le texte pose le principe d'une interdiction générale des pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs, telle que la revente à perte.

En France, la réglementation est prévue dans le Code de commerce aux articles L. 310-1 et suivants et R. 310-2 et suivants. La législation vise à encadrer les liquidations, les ventes au déballage et les soldes afin de garantir l'exercice d'une concurrence loyale entre les commerçants et assurer la protection des consommateurs. La loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie a assoupli le régime de ces pratiques en substituant aux autorisations administratives des déclarations préalables et a donné plus de liberté aux commerçants pour choisir des périodes de soldes. Par ailleurs, les périodes de soldes flottantes ont été supprimées par la loi n° 2014-626 du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises et les deux périodes de soldes annuelles (situées en principe de janvier à février et entre juin et août) sont désormais fixées par arrêté pour une durée allant de trois à six semaines.

En outre, suite à la publication de l'ordonnance n° 2021-1734 du 22 décembre 2021 en matière de protection des consommateurs, toute annonce de réduction de prix est licite sous réserve qu'elle ne constitue pas une pratique commerciale déloyale au sens de l'article L. 121–2 du Code de la consommation. Lorsqu'une annonce de réduction de prix est faite dans un établissement commercial, l'étiquetage, le marquage ou l'affichage des prix réalisés conformément aux dispositions en vigueur doivent préciser, outre le prix réduit annoncé, le prix de référence qui est déterminé par l'annonceur et à partir duquel la réduction de prix est annoncée, étant précisé que le prix de référence doit correspondre au prix antérieur pratiqué, à savoir le prix le plus bas pratiqué au cours des 30 jours précédant l'application de la réduction. Enfin, l'annonceur doit pouvoir justifier de la réalité du prix de référence à partir duquel la réduction de prix est annoncée.

Aux États-Unis, les enseignes peuvent librement déterminer les dates ainsi que la fréquence des périodes de soldes.

1.7.6 Réglementation en matière de ventes privées

Dans le cadre de son activité, le Groupe est tenu de respecter les dispositions applicables aux ventes dites « privées ». Depuis la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, des ventes privées peuvent être réalisées en dehors des périodes de soldes. À la différence des soldes, qui sont encadrés par les articles L. 310-3 et L. 310-5 du Code de commerce, les ventes privées ne peuvent donner lieu à des reventes à perte et elles ne peuvent être dénommées « soldes ».

Le Groupe doit également respecter la législation applicable aux ventes avec réduction de prix, dont les dispositions issues de la directive (UE) 2019/2161 du 27 novembre 2019 relative à la protection des consommateurs et notamment aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur. En droit français, les dispositions de l'ordonnance n° 2021-1734 du 22 décembre 2021, qui transpose ladite directive, encadrent ainsi les annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur. L'annonce de réduction de prix ne doit pas constituer une pratique commerciale déloyale au sens de l'article L. 121-1 du Code de la consommation. À cet égard, le magasin ou site Internet concerné doit présenter le prix de référence à partir duquel la réduction de prix est annoncée, c'est-à-dire le prix le plus bas pratiqué sur les 30 jours précédant l'application de la réduction, le montant de la réduction et le prix réduit. L'exploitant du magasin ou du site Internet doit enfin pouvoir justifier de la réalité du prix de référence à partir duquel la réduction de prix est annoncée.

1.7.7 Commerce international et droits de douane

Les produits du Groupe sont fabriqués principalement en Europe, en Afrique du Nord et en Asie. Au sein du marché européen, les principes de libre circulation des biens s'appliquent. Concernant l'import et l'export des biens depuis des pays qui ne sont pas membres de l'Union européenne, le Groupe est soumis aux réglementations nationales et européennes en matière de douanes et de commerce extérieur. En particulier, la législation douanière de base de l'Union européenne est contenue dans le Code des douanes de l'Union qui a été adopté le 9 octobre 2013 en tant que règlement (UE) n° 952/2013 du Parlement européen et du Conseil.

Bien que les importations et les exportations ne soient pas en principe soumises à des droits de douane à l'intérieur de l'Espace économique européen (EEE), la circulation des biens au-delà des frontières de l'EEE peut faire l'objet de contrôles douaniers.

1.7.8 Réglementation fiscale

Le groupe SMCP et ses filiales se conforment aux réglementations fiscales en vigueur en matière d'impôts directs (impôt sur les sociétés) et indirects (notamment TVA) aussi bien pour son activité de commerce de détail que de ses ventes à distance. Le groupe SMCP déclare et paie les impôts dans chaque juridiction fiscale dans laquelle les sociétés du groupe opèrent.

En ce qui concerne la législation sur les prix de transfert, SMCP applique le principe de pleine concurrence et les méthodes recommandées par l'OCDE. Les prix de transfert du groupe SMCP concernent principalement la vente de marchandises, la facturation d'intérêts financiers *via* une société de centralisation de trésorerie située en France et la facturation de frais de siège.

Dans aucun pays, SMCP ne bénéficie de rescrit fiscal auprès d'autorités fiscales (c'est-à-dire d'accord préalable en matière de prix de transfert).

La directive DAC 6 exige des intermédiaires, et dans certains cas des contribuables eux-mêmes, qu'ils signalent aux autorités fiscales les transactions fiscales internationales potentiellement agressives, sur la base de la présence d'au moins un marqueur couvert par la directive. SMCP n'a aucun schéma relevant de cette réglementation et veille à ce que toutes ses entités respectent la réglementation fiscale en vigueur.

L'imposition minimale mondiale des groupes d'entreprises multinationales, connue sous le nom de Pilier 2, entre en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 31 décembre 2023. Compte tenu de son chiffre d'affaires consolidé supérieur à 750 M€, la réglementation Pilier 2 s'applique à SMCP à partir des comptes arrêtés au 31 décembre 2024.

Au sein du Groupe, toutes les filiales remplissent les conditions des Safe Harbours, à l'exception, en 2025, d'une filiale européenne (Portugal) qui, dans le cadre d'une sous imposition technique, devra reverser un montant non significatif au titre d'un impôt complémentaire Pilier 2 (« Top-Up tax »).

SMCP coopère de manière transparente avec les autorités fiscales des différents pays dans lesquels il opère, tant lors des contrôles qu'en cas de simples demandes d'informations.

1.7.9 Réglementation environnementale

Voir le chapitre 3 « Rapport de durabilité » du présent document d'enregistrement universel.



2.

Facteurs de risques et contrôle interne

2.1 Facteurs de risques 40

2.1.1 Risques liés aux opérations du Groupe 42

2.1.2 Risques liés à la stratégie, à l'organisation du Groupe 47

2.1.3 Risques liés à la responsabilité sociale, sociétale et environnementale 50

2.1.4 Risques financiers 53

2.1.5 Risques juridiques et réglementaires 56

2.2 Assurance et couverture des risques 58

2.3 Contrôle interne et gestion des risques 59

2.4 Les organes de contrôle 60

2.5 Le dispositif de gestion des risques 60

2.1 Facteurs de risques

Introduction

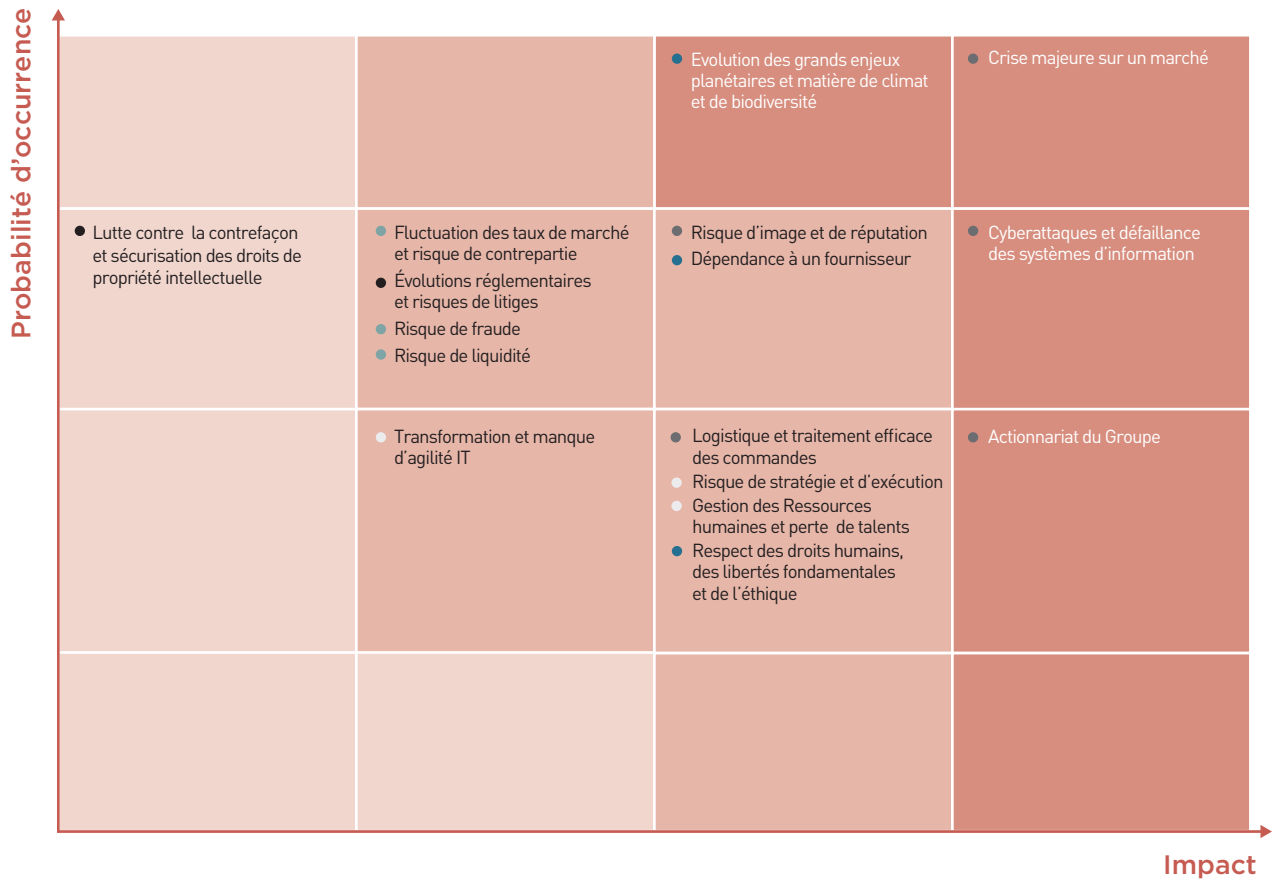
Conformément à l'article 16 du règlement (UE) 2017/1129 et aux orientations de l'ESMA (*European Security and Market Authority*), les facteurs de risques matériels sont, à la date du présent document d'enregistrement universel, ceux dont la Société estime que la réalisation est susceptible d'avoir un effet défavorable significatif sur le Groupe, son activité, sa réputation, sa situation financière, ses résultats, son développement ou ses perspectives. L'attention des investisseurs est toutefois attirée sur le fait que la liste des risques n'est pas exhaustive et que d'autres risques, inconnus ou dont la réalisation n'est pas considérée, à la date du présent document, comme susceptible d'avoir un effet défavorable significatif sur le Groupe, son activité, sa situation financière, ses résultats, son développement ou ses perspectives, pourraient exister ou survenir. Les risques ne figurant pas dans le présent document en raison de leur faible importance estimée à ce jour continuent néanmoins d'être pris en considération dans le cadre des procédures de gestion des risques au sein de chacun des métiers du Groupe.

La cartographie des risques nets du Groupe a été mise à jour en décembre 2025 et évalue la criticité des risques, c'est-à-dire leur gravité en termes d'impact opérationnel, financier, juridique/réglementaire et réputationnel pour le Groupe, ainsi que leur probabilité de survenance, après prise en compte des plans de prévention et de gestion des risques mis en place. Les facteurs de risques identifiés ont été soumis pour validation au Comité d'audit et approuvés par le Conseil d'administration.

La cartographie des risques est réalisée par la Directrice de l'audit et du contrôle interne et mise à jour chaque année. Chaque risque majeur est piloté par un ou plusieurs contributeurs. Des entretiens sont menés auprès de l'ensemble des contributeurs afin d'évaluer les risques selon deux axes : l'impact potentiel sur le chiffre d'affaires et la probabilité d'occurrence. Une fois les risques identifiés et évalués, la matrice finale consolidée est présentée pour validation au Directeur Général du Groupe. La matrice des risques est ensuite proposée et validée par le Comité d'audit chaque année puis présentée et approuvée au Conseil d'administration.

Cinq catégories de facteurs de risques significatifs et spécifiques, auxquels le groupe SMCP est exposé, sont présentées :

- les risques liés aux opérations du Groupe ;
- les risques liés à la stratégie et à l'organisation du Groupe ;
- les risques liés à la responsabilité sociale, sociétale et environnementale ;
- les risques financiers ;
- les risques juridiques et réglementaires.



Catégorie de risque	Description du risque	Page
Risques liés aux opérations du Groupe	Crise majeure sur un marché	42
	Cyberattaques et défaillance des systèmes d'information	43
	Actionnariat du Groupe	44
	Risque d'image et de réputation	45
	Logistique et traitement efficace des commandes	46
Risques liés à la stratégie et à l'organisation du Groupe	Risque de stratégie et d'exécution	47
	Transformation et manque d'agilité IT	48
	Gestion des ressources humaines et perte de talents	49
Risques liés à la responsabilité sociale, sociétale et environnementale	Dépendance à un fournisseur	50
	Respect des droits humains, des libertés fondamentales et de l'éthique	51
	Évolution des grands enjeux planétaires en matière de climat et de biodiversité	52
Risques financiers	Risque de liquidité	53
	Fluctuation des taux de marché et risque de contrepartie	54
	Risque de fraude	55
Risques juridiques et réglementaires	Évolutions réglementaires et risques de litige	56
	Lutte contre la contrefaçon et sécurisation des droits de propriété intellectuelle	57

2.1.1 Risques liés aux opérations du Groupe

CRISE MAJEURE SUR UN MARCHÉ

Description du risque

Le contexte mondial actuel est marqué par des tensions récurrentes d'ordre économique, géopolitique ou encore sanitaire (crise du Covid, périodes électorales, conjoncture inflationniste, annonces en matière de tarifs douaniers, montée du protectionnisme...). Ces instabilités sont susceptibles de perturber les activités de commercialisation et de production, ainsi que les flux logistiques et touristiques.

Par ailleurs, les enjeux climatiques croissants accentuent la probabilité de catastrophes naturelles, renforçant ainsi l'exposition globale du Groupe.

Les conditions économiques (inflation, déflation, baisse du pouvoir d'achat), les conflits internationaux et les crises sanitaires conditionnent les performances financières du Groupe, notamment au travers :

- de l'évolution des coûts d'exploitation ;
- de la fréquentation des magasins ;
- du pouvoir d'achat des consommateurs ;
- des restrictions potentielles affectant la circulation des biens et des personnes.

Gestion du risque

Le Groupe, afin de limiter l'impact négatif de conditions défavorables sur ses activités, articule son développement autour de plusieurs axes :

- diversification géographique : le Groupe poursuit l'expansion de sa présence internationale, réduisant progressivement son exposition à son marché historique. Ainsi, la part du chiffre d'affaires réalisée en France est passée de 46 % à 34 % entre 2016 et 2025, pour une implantation dans près de 60 pays à fin 2025. Les plans d'action récents — fermeture partielle du réseau en Chine, ouvertures sélectives de magasins en propre aux États-Unis, et développement de points de vente en partenariat dans de nouveaux marchés — contribuent à un rééquilibrage de l'empreinte géographique du Groupe ;
- diversification des canaux de distribution : le modèle s'appuie sur un équilibre entre ventes physiques et digitales, ainsi qu'entre points de vente à fort trafic (corners) et points de vente de destination ;
- élargissement de l'offre produit : le développement de la catégorie Homme vient compléter l'offre historique féminine, permettant au Groupe de toucher une clientèle plus large ;
- renforcement du positionnement stratégique : le lancement d'offres exclusives (capsules, collaborations) permet de recruter de nouveaux clients et de renforcer l'attrait des marques du Groupe.

Par ailleurs, dans un contexte qui a été marqué ces dernières années par une inflation persistante, le Groupe adopte une gestion rigoureuse et prudente de ses dépenses appuyée par des plans d'actions spécifiques, tant au niveau des sièges des marques et du Groupe qu'au sein des zones opérationnelles de distribution. Cette gestion prudente concerne à la fois les dépenses opérationnelles courantes et les investissements. Le redressement de la marge opérationnelle en 2025 démontre les premiers résultats de ces initiatives.

Enfin, un dispositif de gestion de crise est en place et a pu être élaboré et testé.

Depuis fin février 2026, des événements ont affecté la situation géopolitique du Moyen-Orient, région qui représente 2% du chiffre d'affaires. À ce stade, le Groupe constate quelques impacts, notamment sur l'augmentation du prix du fuel, mais aucun impact opérationnel direct.

En effet, les marques y sont présentes uniquement dans le cadre d'un contrat de distribution avec un partenaire local, et le Groupe n'y détient aucun actif. De plus, au moment du déclenchement du conflit, l'essentiel de la collection Été 2026 avait déjà été livré aux boutiques du partenaire.

Des répercussions sont néanmoins possibles à moyen terme, notamment sur les délais et le coût de transport des marchandises produites en Asie, et plus généralement sur l'inflation potentielle découlant de la hausse des coûts de l'énergie. L'ampleur de ces effets dépendra de la durée du conflit et de l'évolution des perturbations logistiques associées.

CYBERATTAQUES ET DÉFAILLANCE DES SYSTÈMES D'INFORMATION

Description du risque

La performance du Groupe repose sur la disponibilité continue de ses systèmes d'information, indispensables aux transactions clients, à la gestion des stocks et aux opérations d'achat et d'expédition. Toute défaillance technique (télécommunications, logiciels, centres informatiques, ressources internes), tout incident majeur (incendie, panne d'électricité) ou toute cyberattaque pourrait affecter ces systèmes et entraîner des retards dans les livraisons ou dans l'activité des points de vente.

Malgré des dispositifs de sécurité robustes, la hausse et la sophistication des attaques constituent une menace persistante.

La protection des données personnelles collectées dans le cadre des activités marketing est également un enjeu prioritaire. Bien que maîtrisées, ces données demeurent exposées aux tentatives de vol. Une violation pourrait nuire à l'image des marques, réduire la confiance des clients et affecter l'efficacité du marketing, avec des conséquences potentiellement significatives sur l'activité et la performance du Groupe.

Gestion du risque

Le Groupe, sous la responsabilité du Directeur technique, a structuré une équipe Sécurité et déployé un dispositif visant à réduire la probabilité et l'impact des cyberattaques. Celui-ci repose sur :

- une feuille de route annuelle stratégique définissant les priorités en matière de sécurité informatique ;
- un système de management de la sécurité de l'information (SMSI) fondé sur la Charte IT et la Politique de Sécurité des SI ;
- un programme de sensibilisation des collaborateurs (newsletters, e-learning obligatoires) ;
- des tests réguliers de sécurité des réseaux et applications pour évaluer la performance du SMSI ;
- la sécurisation et l'audit des partenaires via un plan d'assurance sécurité conforme à la norme ISO 27001.

L'organisation bénéficie d'un écosystème d'experts internes et externes et s'appuie sur des référents dans les zones géographiques. Un comité de sécurité IT trimestriel assure une veille renforcée et suit la maturité cybersécurité du Groupe.

Le Groupe dispose de solutions de protection robustes (SOC, EDR, MFA, proxy web, infrastructure cloud) et mène chaque année des projets d'amélioration.

À titre illustratif, le Groupe a traité en 2022 un incident de sécurité relatif au délai de mise à disposition publique d'une information financière, sans conséquence majeure, ce qui confirme la nécessité de maintenir un dispositif de surveillance et de prévention adapté face aux risques de cyberattaques.

Les plans de continuité sont régulièrement actualisés et testés. Des audits annuels réalisés par des prestataires spécialisés permettent d'identifier et de traiter les vulnérabilités, notamment celles liées aux données personnelles. Les recommandations sont suivies de manière hebdomadaire par l'équipe Sécurité. Les politiques et procédures du SMSI sont révisées tous les deux ans et mises à disposition sur l'intranet.

Ces dispositifs s'appliquent à l'ensemble des activités du Groupe, chaque région pouvant les adapter à ses spécificités. Deux formations e-learning obligatoires sont déployées : l'une pour les équipes réseau, l'autre pour les sièges et la logistique, mise à jour annuellement.

La gouvernance s'appuie sur un Comité sécurité trimestriel et un Comité opérationnel bimensuel piloté par la Direction des opérations et de la transformation.

Le Groupe collecte des données personnelles dans le respect du RGPD, en garantissant leur caractère adéquat, limité et sécurisé. Le Secrétaire Général, en qualité de DPO, coordonne la conformité avec l'appui d'une équipe dédiée et de référents opérationnels. Un Comité données personnelles semestriel définit la stratégie RGPD, suit les projets et valide les initiatives impliquant des données personnelles.

Une formation e-learning obligatoire sur les données personnelles a été déployée en Europe, et une procédure de gestion des incidents de violation de données est en place.

ACTIONNARIAT DU GROUPE

Description du risque

La composition de l'actionnariat de la Société a connu des évolutions significatives à la fin de l'exercice 2021, en conséquence du défaut de son ancien actionnaire majoritaire European TopSoho S.à r.l. (ETS) au titre d'obligations échangeables en actions SMCP qui arrivaient à échéance en septembre 2021 (voir le paragraphe 7.1.2 « Évolution de l'actionnariat » pour une description détaillée de ces évolutions). Une participation représentant alors environ 37 % du capital de SMCP avait été nantie en garantie du remboursement de ces obligations.

À la suite de ces évolutions, et à la date du présent document, le principal actionnaire de la Société est ainsi Glas SAS (*London branch*) (« GLAS »), *Trustee* des obligations échangeables susvisées avec 28,0 % du capital (soit 24,1 % des droits de vote).

Dans le cas où un remboursement des sommes dues par ETS au titre des obligations interviendrait, la reprise par ETS des actions de la Société pourrait entraîner une nouvelle évolution significative de l'actionnariat et de la gouvernance de la Société.

Le 27 novembre 2025, un communiqué de presse a été diffusé par Alastair Beveridge et Daniel Imison d'AlixPartners UK LLP en qualité d'administrateurs (*receivers*) pour le compte des obligataires et de GLAS, et par le curateur (liquidateur) d'ETS, annonçant le lancement d'un processus de cession hors marché de participations pouvant aller jusqu'à 51,2% du capital de SMCP. Dans l'hypothèse où ces actions seraient cédées (ou si une telle cession était perçue comme imminente ou probable), le prix de marché des actions de la Société pourrait être impacté de façon significative et cela pourrait entraîner une évolution significative de la gouvernance de la Société, en particulier de la composition de son Conseil d'administration.

En cas de cession de plus de 30% du capital ou des droits de vote de SMCP à un même acquéreur (ou à plusieurs acquéreurs agissant de concert), l'acquéreur serait tenu de déposer une offre publique d'achat obligatoire portant sur le solde du capital social et des droits de vote de SMCP.

L'exposition du Groupe à de tels changements potentiels dans son actionnariat et dans sa gouvernance et la situation d'incertitude qui y est liée pourraient faire évoluer l'exécution de la feuille de route stratégique du Groupe, son financement et ses résultats.

Gestion du risque

Dans ce contexte, le Conseil d'administration de la Société a considéré qu'il était nécessaire d'initier une réflexion sur la recomposition de son capital, en vue de stabiliser et consolider son actionnariat.

Le Conseil d'administration a ainsi décidé de mettre en place un Comité *ad hoc* en son sein pour piloter la réflexion sur ce sujet, dans le strict respect de l'intérêt de l'entreprise, de ses salariés, de l'ensemble de ses actionnaires et parties prenantes. À la date du présent document, ce Comité *ad hoc* est constitué des trois membres suivants :

- Mme Orla Noonan, administratrice indépendante, qui le préside ;
- M. Christophe Cuvillier, administrateur indépendant ; et
- M. Xavier Véret, administrateur indépendant.

Plus généralement, afin d'identifier au mieux les composantes de sa structure actionnariale, la Société s'appuie sur les règles et procédures suivantes :

- les statuts de la Société prévoient que tout actionnaire dépassant le seuil de 1 % du capital social ou des droits de vote (et tout multiple de 1 %) doit en informer la Société, dans un délai de quatre jours de Bourse ;
- des études d'identification actionnariale sont réalisées périodiquement, et au minimum une fois par an.

Par ailleurs, les organes de gouvernance de la Société sont organisés de manière à leur assurer une totale indépendance.

RISQUE D'IMAGE ET DE RÉPUTATION

Description du risque

Les performances du Groupe sont étroitement liées au succès et à la réputation de ses marques, Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac, qui dépendent elles-mêmes de facteurs tels que le design des vêtements, leur caractère distinctif et leur qualité, ainsi que l'image des points de vente du Groupe, de ses activités, de ses relations avec le public et de sa politique marketing.

L'intégrité et la réputation des marques du Groupe figurent parmi ses actifs les plus importants. Des produits ou une politique de communication qui ne seraient pas en adéquation avec l'image des marques, des réseaux de distribution non conformes avec les standards du Groupe, des comportements inappropriés de la part des ambassadeurs des marques, de leurs employés, des distributeurs ou fournisseurs du Groupe, ainsi que la circulation dans les médias d'informations préjudiciables pourraient affecter la notoriété et l'image des marques du Groupe et ainsi impacter sensiblement leur valorisation. Pour mémoire, à la clôture de l'exercice 2025, le *goodwill* et les marques du Groupe étaient comptabilisés à l'actif du bilan consolidé pour un total de 1,246 milliard d'euros.

Du fait de l'augmentation constante du nombre de réseaux sociaux et de leur influence croissante, le Groupe pourrait faire l'objet de publications ou de messages inappropriés ce qui viendrait dégrader la notoriété d'une marque ou du Groupe. Ces facteurs sont susceptibles d'avoir un effet défavorable significatif sur l'activité, la situation financière, les résultats ou les perspectives du Groupe.

Gestion du risque

Le Groupe s'attache à protéger la réputation et l'image de ses quatre marques, Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac, au travers de la :

- valorisation des marques : le Groupe veille à développer la notoriété de ses marques tout en s'assurant que les orientations stratégiques sont prises en étroite collaboration avec le management du plus haut niveau et que ses choix permettent d'accroître la valeur des marques ;
- vigilance du réseau de distribution : en outre, il veille à ce que l'image de ses marques soit directement contrôlée dans tout son réseau de distribution ; à titre d'exemple, ses partenaires et affiliés doivent adopter une présentation de leurs points de vente identique à celle des points de vente qu'il détient en propre (en mettant en œuvre les recommandations du *concept book*) ;
- surveillance des moyens de communication : le Groupe réalise une veille continue des médias et réseaux sociaux et possède un dispositif de gestion de crise qui lui permet de prévenir, d'identifier, maîtriser et limiter les impacts sur le Groupe. Il définit des règles et des bonnes pratiques encadrant chaque intervention dans les médias de ses porte-parole afin de préserver sa réputation ;
- formation des parties prenantes, par le déploiement des documents, politiques et dispositifs suivants :
  - charte éthique,
  - politique pour la prévention de la corruption et des conflits d'intérêts,
  - politique cadeaux et invitations,
  - dispositif d'alerte.

Les partenaires du groupe SMCP sont également sensibilisés au respect des règles éthiques énoncées notamment dans le Code de conduite fournisseurs, disponible sur le site externe dans la section « Documents Éthique & RSE ».

Par ailleurs, le Groupe a déployé une politique « Achats indirects » répondant à la volonté forte du Groupe de sécuriser ses relations avec ses fournisseurs lors des différentes phases de sélection, d'engagement et de suivi, afin de s'assurer notamment que les fournisseurs sélectionnés soient fiables, en conformité avec toutes les lois et réglementations en vigueur telles que décrites dans le Code de conduite fournisseurs SMCP et qu'ils aient bénéficié d'opportunités commerciales équitables, gage de performance et de sécurité pour tous.

Enfin, le Groupe a une politique active en matière de propriété intellectuelle, afin notamment d'éviter un risque d'image qui surviendrait suite à l'utilisation frauduleuse d'une de ses marques. Ainsi, il procède à des dépôts ou des réservations de ses marques dans tous les pays où il souhaite protéger ses droits.

LOGISTIQUE ET TRAITEMENT EFFICACE DES COMMANDES

Description du risque

Le Groupe gère sa logistique dans ses entrepôts centraux en interne, à travers sa filiale SMCP Logistique, et sous-traite ses entrepôts locaux en région. Il sous-traite le transport des commandes aux points de vente (B2B) et aux clients (B2C) et est de ce fait exposé aux éventuels manquements ou défauts de ses prestataires, tels que des pannes informatiques, des retards de livraison, des pertes ou des vols de marchandises. Si le Groupe ne parvenait pas à gérer correctement et efficacement sa logistique, il pourrait être confronté à des capacités logistiques excédentaires ou, à l'inverse, insuffisantes, à une hausse des coûts, ou à des retards d'approvisionnement de ses points de vente et de livraison des commandes aux clients.

Toute panne ou interruption, partielle ou complète, de la logistique du Groupe ou des activités de ses prestataires de services, ou des perturbations du transport international par exemple à la suite de dysfonctionnements informatiques, pannes d'équipements, grèves, accidents, catastrophes naturelles, pandémies, actes de terrorisme, vandalisme, sabotage, vol et dommages aux produits, non-conformité à la réglementation applicable ou toute autre interruption, pourrait réduire la capacité du Groupe à approvisionner ses points de vente, à livrer ses acheteurs en temps utile et à maintenir une chaîne logistique et un niveau de stocks approprié.

Tout dommage ou toute destruction d'un ou de plusieurs des entrepôts du Groupe ou de ceux de ses prestataires de services logistiques, ou tout vol ou vandalisme dans lesdits entrepôts, pourrait causer la destruction ou la perte de tout ou partie des stocks et des immobilisations corporelles du Groupe situés dans ces entrepôts, ainsi qu'avoir un impact important sur la capacité du Groupe à distribuer des produits à ses points de vente et à maintenir une chaîne logistique et un niveau de stocks appropriés.

Gestion du risque

Entrepôts

Afin de gérer efficacement le traitement des commandes, le Groupe s'appuie sur trois sites internalisés en France (situés en région parisienne), ainsi que sur un système mécanisé de préparation des commandes. À l'étranger, le Groupe s'appuie sur cinq sites externalisés (un site aux États-Unis dans le New Jersey, un site en Chine à Qianhai pour desservir l'Asie du Sud-Est, deux sites à Shanghai pour desservir la Chine continentale et un site à Sydney pour desservir l'Australie). Les entrepôts et leurs stocks sont couverts par les polices d'assurance du Groupe telles que décrites ci-après dans le paragraphe 2.2. « Assurance et couverture des risques ».

Les entrepôts sont équipés d'un système de détection précoce d'incendie, ainsi que d'un réseau d'aspersion. Par ailleurs, des écrans de cantonnement et des portes coupe-feu empêchent la propagation potentielle d'un incendie. En cas de destruction d'une partie des équipements de préparation (entrepôts de produits finis, stock destiné aux clients et boutiques), le stock et le personnel peuvent être transférés sur l'un des autres entrepôts, qui dispose des infrastructures et systèmes IT permettant de gérer ce surplus d'activité.

Enfin, afin de maintenir un dialogue social de qualité, élément essentiel d'une chaîne logistique efficace, le Groupe porte une attention particulière à la gestion des ressources humaines dans ses entrepôts et met en œuvre un certain nombre de mesures (poste RRH dédié aux entrepôts, ligne de signalement ouverte aux entrepôts).

Stocks

Une destruction de stock serait couverte par les assurances (produits et ventes perdues), laissant la possibilité d'absorber la perte avant lancement et réception d'une production de remplacement. Par ailleurs, les stocks en transit attendus pour des vagues de lancement de produits ultérieurs dans la saison seraient utilisés dès réception. En cas de destruction des matières ou des équipements de l'entrepôt de matières premières, un approvisionnement des façonniers pourrait être effectué directement depuis les fournisseurs.

Transports

Le Groupe dispose de plusieurs modes de transport (air, mer, route, rail) et d'autres partenaires peuvent être sollicités en cas de défaillance de l'un d'eux ou de perturbations internationales. Ces partenaires proposent plusieurs options de parcours pour une même destination afin de pallier les risques locaux et événements imprévus.

2.1.2 Risques liés à la stratégie, à l'organisation du Groupe

RISQUE DE STRATÉGIE ET D'EXÉCUTION

Description du risque

Le Groupe vise un fort développement international, avec une multiplication des canaux de distribution (développement du digital), la croissance des magasins comparables et une politique d'acquisition de marques (Fursac en 2019) ou de distributeurs (Australie en 2023).

Afin de pérenniser ce développement, le Groupe se doit de maintenir une ligne stratégique pertinente, d'allouer les ressources humaines et financières nécessaires au bon moment et aux bons projets, tout en veillant au respect des équilibres financiers, réglementaires et des enjeux de marketing responsable.

Un défaut d'exécution de la stratégie du Groupe pourrait notamment conduire à :

- un ralentissement de la croissance, induisant une érosion des marges ;
- une perte de parts de marché par rapport aux concurrents ; notamment dans un marché de détail du prêt-à-porter fragmenté et concurrentiel, et dont les stratégies d'innovation et de développement de services sont fortes (par exemple l'économie circulaire) ;
- une perte de chiffre d'affaires (et, en conséquence, un accroissement des stocks) si les collections proposées par le Groupe ne répondaient pas aux tendances et aux préférences des consommateurs et en particulier de sa clientèle cible, ce qui pourrait conduire à proposer des démarques plus importantes ;
- une moindre qualité des emplacements composant le réseau de boutiques ;
- un défaut d'attractivité dans le recrutement ;
- des pertes comptables en lien avec la perte de valeur de marques ou de boutiques.

Gestion du risque

Le Groupe s'attache chaque jour à limiter le risque lié à l'exécution de sa stratégie et en particulier de son développement.

Toutes les décisions importantes et financièrement significatives ainsi que les processus clés (Business Plan pluriannuel, par exemple) sont discutés en Comité exécutif, et, selon leur nature ou leur ampleur, en Conseil d'administration.

Le Groupe s'appuie par ailleurs sur une gouvernance forte de la revue de la performance et de la prise de décision :

- une indépendance des marques dans leur process créatif afin qu'elles puissent développer des produits attractifs pour la clientèle tout en respectant leur singularité. En effet, le Groupe considère qu'il est particulièrement important de maintenir cette diversité pour répondre aux attentes des consommateurs et à leur évolution ;
- la présence du Groupe sur ses canaux de distribution et sa stratégie de développement (ouvertures, rénovations, transferts, fermetures de boutiques ainsi que les renouvellements de baux) sont débattues en Comité magasin, et se fondent sur une analyse stratégique, financière et juridique coordonnée par la Direction du développement ;
- le département Stratégie coordonne un Comité des projets stratégiques, en vue de la validation de chaque projet (hors réseau), pour mettre l'innovation au cœur de la stratégie pour les lancements de nouveaux services visant aussi bien à améliorer l'expérience client omnicanale que pour répondre aux enjeux du marché (seconde main, réparation, location) ;
- la Direction financière coordonne une revue de la performance réelle tous les mois, au global en Comité exécutif et par Business unit afin de s'assurer de la correcte exécution du plan de marche et réajuster de manière dynamique les prévisions (*rolling forecast*) ;
- des revues sont effectuées à chaque saison (Printemps/Été et Automne/Hiver) entre le Comité de direction de chaque marque et le Comité exécutif du Groupe pour discuter de la stratégie pour la saison (produits, distribution physique et digitale, communication, respect des engagements RSE...) aussi bien sur les produits que les canaux de distribution, la communication ;
- le cas échéant, le Groupe travaille avec des consultants spécialisés par thème ou par zone afin de développer sa connaissance du marché et des attentes des consommateurs et de s'assurer de la pertinence de sa stratégie ;
- les collaborateurs managers sont évalués sur la base d'objectifs cohérents avec la stratégie de l'entreprise.

Enfin, les équipes centrales regroupent les compétences nécessaires et mutualisées (notamment informatique, transformation digitale, RSE, architecture, développement, logistique, finance, ressources humaines, juridique, fiscalité, stratégie...) qui viennent en soutien des activités récemment acquises (marques ou filiales de distribution), leur permettant ainsi de réussir au mieux leur intégration dans le Groupe, d'optimiser leur développement et de favoriser les synergies et la création de valeur.

TRANSFORMATION ET MANQUE D'AGILITÉ IT

Description du risque

Le succès du Groupe dépend, en partie, de sa capacité à se développer, se transformer et s'adapter aux spécificités de ses marchés en local afin de répondre au mieux à la demande.

Les systèmes d'information soutiennent l'ensemble des activités du Groupe notamment au niveau des magasins ou de l'e-commerce avec les systèmes d'encaissement et plus généralement les systèmes venant en support de la chaîne d'approvisionnement.

Si le Groupe ne parvenait pas à aligner ses systèmes d'information aux besoins de l'entreprise et à s'adapter au marché (obsolescence des systèmes d'information, insuffisance pour accompagner la croissance...), cela pourrait impacter négativement ses activités, son agilité et son développement. La mise en place urgente de nouveaux systèmes pourrait engendrer des coûts et des perturbations qui impacteraient l'efficacité des opérations du Groupe.

Gestion du risque

Le Groupe s'appuie sur son équipe interne ainsi que des conseils externes pour optimiser le développement de ses activités.

Le Groupe dispose d'une gestion centralisée des applications et infrastructure du Groupe :

- sous la Direction des Opérations et de la Transformation Groupe ;
- et avec une gouvernance structurée de tous les projets.

Le Groupe dispose d'une infrastructure informatique solide et d'une feuille de route ambitieuse pour entretenir son socle applicatif, soutenir sa croissance et faire preuve d'agilité pour mener à bien ses projets et leur déploiement opérationnel. Le choix des partenaires technologiques se fait après validation des offres selon des critères économiques, technologiques et fonctionnels.

Chaque nouveau projet est présenté au Comité stratégique projet du Groupe pour étude et validation en présence du Directeur Général Groupe, de la Directrice des opérations et de la transformation Groupe, du Directeur financier et de la Directrice de la stratégie du Groupe ainsi que du Directeur Général de la Marque ou Région sponsor. Une seconde instance de gestion du portefeuille de projets permet d'arbitrer les priorités et le planning des projets.

GESTION DES RESSOURCES HUMAINES ET PERTE DES TALENTS

Description du risque

La réussite du Groupe et sa croissance future reposent notamment sur les savoir-faire uniques des équipes de création, autour de leurs fondatrices et réunies autour d'une Direction Générale Groupe assurant les politiques de design et de stratégie marketing. La pérennité de ces savoir-faire et de ces postes stratégiques pourrait être menacée en cas d'accident, de maladie ou de départ de l'un ou plusieurs de ces dirigeants.

Au-delà de la gestion des plans de succession des personnes clés, un autre enjeu majeur est le maintien des relations constructives et harmonieuses avec les salariés et les institutions représentatives du personnel. Bien que le Groupe veille étroitement à l'harmonie de ces relations et qu'il n'ait pas connu par le passé de mouvements sociaux, il ne peut garantir qu'aucune grève, action de revendication ou autre mouvement social ne viendra perturber ses activités à l'avenir.

Enfin, la gestion des talents, y compris leur qualité de vie au travail, les politiques d'avantages et de rémunération, ainsi que leur santé et leur sécurité sont une priorité pour le Groupe.

Gestion du risque

Afin de gérer le risque lié à un éventuel départ de membres clés de son équipe de direction et de création, le Groupe a, au cours des dernières années, veillé à mener plusieurs actions, qui concernent tant l'activité de création que les directions opérationnelles (dans les sièges du Groupe, des marques ou des régions) :

- renforcer ces équipes avec l'arrivée de nouveaux talents, issus de groupes internationaux du luxe ou de la concurrence, tout en poursuivant l'engagement de ses plus grands talents par une politique de mobilité interne dynamique, à tous les niveaux de l'entreprise, et en menant, pour les personnes clés, un *mapping* du marché, avec des cabinets de recrutement réputés ;
- développer une stratégie marque employeur forte, mettant en avant les valeurs et l'ADN du Groupe et des marques, à travers des expériences candidat et collaborateur de qualité, des parcours d'intégration inspirants, un travail sur un environnement de travail de qualité, des enquêtes internes, des programmes de formation variés, des partenariats avec des écoles, la promotion de la diversité et de l'égalité des chances et, plus globalement, une politique responsable et durable ambitieuse, impliquant toutes les parties prenantes et donnant du sens aux missions de chacun.

Concernant les personnes clés en charge de la création des collections, les marques rassemblent plus d'une centaine de designers, stylistes et modélistes permettant d'assurer une continuité au travers de la transmission des fondateurs.

La Direction des ressources humaines mène une politique de formation continue des collaborateurs avec des parcours dédiés. La formation est, avec la promotion de la mobilité interne et l'évaluation régulière des compétences et de la performance, l'un des leviers majeurs pour accompagner et développer les collaborateurs tout au long de leur parcours dans le Groupe, et leur permettre d'évoluer. La fidélisation des collaborateurs est un objectif stratégique pour le Groupe. Afin de capitaliser sur ses talents, le Groupe développe et encourage la mobilité interne. Il multiplie également les temps forts valorisant la prise d'initiatives et l'innovation (ex. : hackathon), qui contribuent également au développement et à la rétention. La promotion de la diversité, de l'inclusion et de l'égalité des chances pour tous, fait l'objet de politiques dédiées, se traduisant notamment par le déploiement de la nouvelle stratégie avec comme axes prioritaires la parentalité et le handicap.

Le Groupe a à cœur de renforcer sa marque employeur et celle de ses Marques à travers d'autres initiatives, comme le programme d'aide à l'emploi, le Retail Lab, mené en partenariat avec l'Institut Français de la Mode et Ema Sup, ou encore des partenariats avec des associations liées aux causes embrassées par ses Marques.

La représentation des salariés est par ailleurs organisée en France au niveau de l'Unité économique et sociale (UES) SMCP favorisant le dialogue social, composante essentielle pour le Groupe.

2.1.3 Risques liés à la responsabilité sociale, sociétale et environnementale

DÉPENDANCE À UN FOURNISSEUR

Description du risque

Le Groupe ne détient pas et n'exploite pas de sites de fabrication et par conséquent dépend entièrement de tiers pour la confection des produits qu'il commercialise. Il pourrait entrer dans une situation de dépendance vis-à-vis de ces acteurs (délais, interruption d'activité) et/ou subir une augmentation des coûts des matières premières. En outre, la production par un ou plusieurs fabricants pourrait être interrompue ou retardée, temporairement ou de façon permanente, en raison de problèmes économiques, sociaux ou techniques, de la survenance de catastrophes naturelles, de conflits armés ou de pandémies.

Les matières premières utilisées pour fabriquer les produits commercialisés par le Groupe (principalement le coton, le cuir, la laine, la soie, le polyester et la viscose) sont soumises à des contraintes de disponibilité, d'évolutions réglementaires et douanières et des exigences de qualité. De la matière première au produit fini, les chaînes de production des produits de prêt-à-porter et des accessoires sont particulièrement longues et mondialisées. Un manque de traçabilité des produits pourrait exposer à terme le Groupe à des risques d'image et de mauvaise gestion opérationnelle.

Le Groupe dépend de ses fabricants pour garantir que les produits qu'il commercialise sont conformes aux spécifications et normes de qualité appropriées. Les procédures de contrôle de qualité pourraient ne pas détecter un défaut. De tels défauts pourraient également entraîner une baisse significative des ventes du Groupe et la responsabilité du Groupe pourrait être engagée.

De plus, le Groupe peut être exposé au risque d'utilisation inappropriée de substances chimiques lors de la production des produits par les fabricants. Outre l'impact négatif de tels faits, réels ou allégués, sur la réputation du Groupe, ceux-ci pourraient conduire à la mise en cause de la responsabilité civile ou pénale du Groupe et, en cas de condamnation, avoir un impact significatif sur sa situation financière.

Gestion du risque

Le Groupe dispose de plusieurs fournisseurs potentiels pour chaque ligne de produits et veille à diversifier leur origine géographique. Chaque année de nouveaux fournisseurs sont identifiés afin de limiter le développement de relations de dépendance.

Les marques s'appuient sur une base stable de fournisseurs avec lesquels elles ont instauré des relations de confiance et une envie commune d'amélioration continue, et disposent de politiques structurées et exigeantes sur la sécurité et la qualité des produits qu'elles commercialisent. La politique de conformité sociale et environnementale des fournisseurs est pilotée par la direction RSE Groupe et fait l'objet d'un suivi régulier dans le cadre de revues de conformité effectuées par la direction de l'Audit interne.

La gestion de l'ensemble des chaînes de production du Groupe est sous la responsabilité des Directeurs de production, membres du Comité de Direction de chacune des marques.

Afin de répondre aux enjeux de traçabilité, le Groupe a lancé en 2022 un projet visant à tracer les étapes de fabrication de ses produits. L'information sur les étapes de fabrication et le niveau de traçabilité atteint est communiquée aux clients *via* un QR code en boutique et un lien URL sur les fiches produits des sites Internet.

Le Groupe commercialise des produits conformes aux normes et réglementations en vigueur en matière de qualité et de sécurité et s'appuie sur un dispositif de contrôle complet avec :

- des standards communs à toutes les marques, annexés aux conditions générales de vente ;
- des tests de conformité réalisés par des laboratoires accrédités sur les matières ou les produits finis ;
- des inspections par des prestataires indépendants avant expédition des produits à l'entrepôt sur la base d'un échantillonnage.

Les rappels de produits sont très rares et les retours qualité représentent un très faible pourcentage.

RESPECT DES DROITS HUMAINS, DES LIBERTÉS FONDAMENTALES ET DE L'ÉTHIQUE

Description du risque

Les ressources humaines constituent l'un des fondements de l'activité du Groupe et le respect de l'éthique, de la réglementation en matière de droit – du travail, de sécurité et de santé au travail –, affectent particulièrement son activité. Bien que le Groupe déploie des efforts importants, tant pour veiller à la conformité à cette réglementation que pour s'assurer que les salariés dans tous les pays où le Groupe est implanté aient un niveau équivalent de formation, de qualification et de protection, il ne peut garantir l'absence d'éventuels manquements dans ces domaines. Ainsi, le non-respect par le Groupe de ces obligations pourrait entraîner des amendes d'un montant significatif ou des réclamations à son encontre, liées à la violation de ces dispositions. Par ailleurs, cette réglementation est sujette à des évolutions régulières et au renforcement des contraintes qu'elle impose ; l'adaptation de l'organisation du Groupe afin de s'y conformer est susceptible de générer des coûts importants.

Bien que la responsabilité sociétale et environnementale soit un enjeu majeur pour le Groupe, compte tenu de son développement rapide et de sa présence internationale, le Groupe ne peut exclure que des manquements ou des comportements contraires à ses valeurs puissent survenir, susceptibles d'impacter négativement sa réputation et ses résultats. Le Groupe n'exclut pas que ses fournisseurs ou fabricants puissent ne pas respecter le droit du travail local, les lois applicables en matière de protection sociale, ainsi que leurs engagements vis-à-vis du Groupe notamment ceux contenus dans son Code de conduite fournisseurs.

Certaines matières premières utilisées pour fabriquer les produits commercialisés par le Groupe sont d'origine animale (notamment le cuir et la laine). Le Groupe a défini des standards d'approvisionnement pour toutes ses matières premières, mais peut être exposé au risque de non-respect du bien-être animal par ses fournisseurs et leurs sous-traitants sur l'ensemble de la chaîne de production.

Le Groupe a fait l'objet d'une plainte déposée en France en 2021 par trois organisations non gouvernementales (ONG) contre quatre entreprises de prêt-à-porter, dont SMCP, les accusant de sous-traiter une partie de leur production ou de commercialiser des biens utilisant du coton produit en ayant recours à du travail forcé dans la région du Xinjiang en Chine. Cette plainte a été classée sans suite en avril 2023. Une plainte avec constitution de partie civile a alors été déposée par les ONG. Elle a fait l'objet d'une ordonnance d'incompétence et de refus d'informer en mai 2024. L'appel formé par les trois ONG contre cette décision a été rejeté par la cour d'appel de Paris en février 2025.

Gestion du risque

Soucieux de l'Homme et hautement conscient des risques sociaux et sociétaux qui peuvent exister dans les différents pays du monde où le Groupe exerce ses activités, le Groupe a développé une politique responsable globale concernant le respect des droits humains, la lutte contre les discriminations et la corruption. La Charte Éthique et le Comité Éthique du Groupe sont les socles de cette politique. Le Comité Éthique est en charge de recueillir, signaler et traiter les signalements et alertes relatifs à la Charte Éthique.

Le Groupe veille attentivement à ce que ses fournisseurs et fabricants respectent le droit du travail, les lois sur la protection sociale applicables, ainsi que les normes sociales et environnementales acceptables. À titre d'illustration, le groupe SMCP, signataire du *Global Compact* des Nations unies, a formalisé ses exigences vis-à-vis de ses fournisseurs, notamment dans le domaine des droits de l'Homme, à travers ses Conditions générales d'achat et son Code de conduite fournisseurs. En signant ces documents, les fournisseurs s'engagent à respecter et à faire respecter par leurs fournisseurs et sous-traitants l'ensemble des clauses de ces documents. Le Groupe conduit régulièrement des audits par l'intermédiaire d'un tiers expert et indépendant pour s'en assurer. Ces audits permettent d'évaluer le niveau de risque des fournisseurs sur les enjeux sociaux, mais également de définir d'éventuelles actions correctives et ainsi mettre en place les plans d'action nécessaires. La politique du groupe SMCP est de travailler avec les fournisseurs qui fabriquent des produits de grande qualité et qui adhèrent à, respectent et mettent en application son Code de conduite fournisseurs (pour plus de détails, consulter le chapitre « Rapport de Durabilité », paragraphe « Travailleurs de la chaîne de valeur »).

Le groupe SMCP fait preuve de vigilance dans ses approvisionnements d'origine animale. Pour respecter et encourager le bien-être animal, le Groupe a défini des exigences dans ses Conditions générales d'achat. Les quatre marques ont arrêté la fourrure début janvier 2020, le duvet et les plumes en 2023 et les marques augmentent petit à petit le recours à la laine certifiée RWS, garantissant le bien-être des animaux et une traçabilité sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

Concernant la plainte déposée par trois ONG classée sans suite et ayant fait l'objet d'une ordonnance d'incompétence et de refus d'informer, SMCP avait toujours réfuté avec la plus grande fermeté les accusations portées à son encontre, et avait pris l'attache du parquet compétent pour le lui indiquer et lui faire savoir qu'elle coopérerait pleinement à l'enquête pour démontrer que ces accusations étaient fausses. SMCP a déposé une plainte pour dénonciation calomnieuse contre X le 22 octobre 2021. Ces accusations s'étaient semble-t-il appuyées sur un rapport publié en 2020 par l'Australian Strategic Policy Institute (ASPI) consacré aux conditions de travail forcé imposées aux Ouighours dans la région du Xinjiang. Ce rapport ne disait pourtant pas que le groupe SMCP avait eu recours à un tel travail forcé, mais uniquement que son actionnaire majoritaire de l'époque avait des usines dans cette région. Depuis octobre 2022, la référence à SMCP et à ses marques ne figure plus dans le rapport ASPI.

ÉVOLUTION DES GRANDS ENJEUX PLANÉTAIRES EN MATIÈRE DE CLIMAT ET DE BIODIVERSITÉ

Description du risque

Le changement climatique engendre des perturbations (chaleur, montée des eaux, événements extrêmes) et des effets sur la biodiversité et les écosystèmes.

Il induit aussi des enjeux de transition sur les plans opérationnel, réglementaire et politique (taxation, restriction des opérations).

La perte de biodiversité et la dégradation des écosystèmes menacent la pérennité des ressources naturelles d'où proviennent les matières de nos marques, fragilisent la planète et bouleversent les conditions de vie des populations.

Les consommateurs de produits de mode sont de plus en plus conscients des impacts environnementaux du secteur et sont susceptibles de privilégier à l'avenir les marques et les produits qui pourront faire la preuve de réelles avancées en la matière. Ces changements d'attentes des consommateurs pourraient avoir un impact négatif sur le chiffre d'affaires du Groupe ainsi que sa réputation si celui-ci n'en prend pas la mesure.

Gestion du risque

Hautement conscient des enjeux environnementaux dans l'industrie du textile, le groupe SMCP s'engage dans une démarche environnementale d'amélioration continue pour limiter son impact sur le climat et la biodiversité :

- stratégie climatique : le Groupe a une trajectoire de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre (GES) conforme à l'ambition de limiter le réchauffement climatique à 1,5 °C fixée par l'accord de Paris sur le climat de 2015. L'objectif de réduction des émissions absolues de GES du Groupe est de - 36 % en valeur absolue sur les scopes 1, 2 et 3 entre 2022 et 2030. Le Groupe est en ligne avec sa trajectoire avec une réduction de - 26 % de ses émissions de GES entre 2022 et 2025. En 2025, les objectifs de neutralité carbone du Groupe à horizon 2050 ont également été validés par le SBTi.
- l'amélioration de l'efficacité énergétique et le passage à de l'électricité d'origine renouvelable dans les sites opérés par le Groupe ;
- la réduction de l'impact des produits commercialisés, en travaillant à la fois sur l'approvisionnement en matières premières certifiées (ex. : coton biologique) ou recyclées et sur la décarbonation du mix énergétique des étapes de transformation les plus consommatrices d'énergie, tout en veillant à produire au plus juste de façon à réduire les invendus ;
- la réduction de la part du fret aérien dans le transport des marchandises ;
- stratégie biodiversité : le Groupe a structuré en 2025 une stratégie en faveur de la préservation de la biodiversité axée autour de quatre principes clés :
  - éviter d'avoir des impacts négatifs sur la nature,
  - réduire les impacts inévitables,
  - restaurer et régénérer les écosystèmes critiques pour le bon fonctionnement de la planète,
  - transformer les systèmes sous-jacents pour s'attaquer aux facteurs de perte de la nature.

Plusieurs objectifs à horizon 2030 ont été établis dans le cadre de cette stratégie sur la certification des matières, la consommation d'eau liée à la fabrication des produits ou la réduction de la surface agricole nécessaire pour les approvisionnements du Groupe (pour plus de détails, consulter le rapport de durabilité).

2.1.4 Risques financiers

RISQUE DE LIQUIDITÉ

Description du risque

Afin d'assurer le financement de son activité, le Groupe doit sécuriser un accès aux ressources de financement fournies par les institutions financières et/ou les marchés financiers.

Le risque de liquidité, ainsi que les clauses restrictives des actuels contrats de financement (limitation, engagements contractuels de dettes, clauses de changement de contrôle), pourraient avoir des conséquences négatives, telles que :

- consacrer une part significative des flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles à la rémunération et au remboursement de sa dette, réduisant ainsi la capacité du Groupe à affecter les flux de trésorerie disponibles au financement de la croissance ou aux autres besoins généraux de l'entreprise ;
- limiter la capacité du Groupe à mettre en œuvre sa politique de croissance externe ;
- augmenter la vulnérabilité du Groupe au ralentissement de l'activité ou aux conditions économiques ;
- limiter la capacité du Groupe et de ses filiales à emprunter des fonds supplémentaires ou à lever des capitaux à l'avenir, si les engagements contractuels de dettes n'étaient pas respectés.

Tout ceci pourrait avoir un effet défavorable sur l'activité, les résultats, la situation financière et le développement du Groupe ; en particulier en comparaison de concurrents qui seraient moins endettés.

Le risque de liquidité pourrait être accentué en cas de survenance de nombreux facteurs, dont certains sont indépendants du Groupe (conjoncture économique, conditions des marchés financiers, évolutions réglementaires, etc.).

Enfin, le Groupe est également exposé au risque lié au refinancement de son endettement à des conditions satisfaisantes, notamment en termes d'accès à la liquidité, de maturité, et de marge.

Gestion du risque

Le Groupe a mis en place une politique de financement lui permettant de compter sur une liquidité significative et flexible.

Cette politique repose notamment sur :

- une relation de qualité avec de nombreuses banques (entre dix et douze selon les financements), diversifiées géographiquement (banques françaises, européennes et internationales) qui constituent son pool bancaire ;
- une liquidité court terme qui permet de gérer les variations à très court terme du niveau de la trésorerie, qui peut prendre la forme de capacités de découverts bancaires, gage du soutien et de la confiance du pool bancaire, ou de programmes de NEU CP (billets de trésorerie) ;
- une flexibilité de financement à court et à moyen terme offerte par la ligne de crédit revolving de 200 millions d'euros, qui permet de répondre à la saisonnalité des besoins de trésorerie et faire face en cas de chocs exogènes. Cette ligne était non tirée à la clôture de l'exercice.

Le risque de liquidité est suivi et géré par la Direction des financements et de la trésorerie, qui dispose d'un reporting en temps réel des positions de trésorerie au niveau international, et qui est en contact quotidien avec les banques de financement.

Il est à noter par ailleurs que :

- le financement du Groupe est exempt de toutes sûretés et nantissements ;
- le Groupe a réalisé un désendettement significatif (dette financière nette en baisse de 38% soit 90 millions d'euros en 2025 après une réduction de 49 millions d'euros en 2024), lui permettant de respecter le niveau contractuel de son *covenant* de ratio d'endettement à fin 2025. Avec un levier de 1,3x, la marge est importante par rapport à l'engagement contractuel de 2,5x ;
- le détail des financements du Groupe est indiqué au chapitre 4, paragraphe 5.4.2 du Rapport d'activité, et l'échéancier de maturité des dettes est consultable au chapitre 6, paragraphe 6.11 des Comptes consolidés.

FLUCTUATION DES TAUX DE MARCHE ET RISQUE DE CONTREPARTIE

Description du risque

Évolution des taux de change

Le Groupe enregistre une part significative de son chiffre d'affaires en devises étrangères, notamment le yuan chinois, le dollar américain, la livre sterling, le dollar canadien et le franc suisse. Une partie du coût de ses ventes est également libellée en devises étrangères, notamment les achats libellés en dollar américain ou en yuan chinois auprès de ses fournisseurs en Asie, et en particulier en Chine.

Le Groupe détient également certains actifs qui sont inscrits à son bilan en devises étrangères. Ainsi, une évolution défavorable des taux de change des devises peut avoir un impact sur la situation financière et les résultats.

Évolution des taux d'intérêt

Le Groupe est exposé au risque de fluctuation des taux d'intérêt en raison de certaines de ses dettes, dont les taux d'intérêt sont indexés sur des taux de marché augmentés d'une marge.

Toute augmentation des taux pourrait donc augmenter le coût de la dette du Groupe.

Crédit et contrepartie

Le risque de crédit et/ou de contrepartie correspond au risque qu'une partie à un contrat conclu avec le Groupe manque à ses obligations contractuelles, entraînant une perte financière pour le Groupe.

Les actifs financiers qui pourraient exposer le Groupe à des risques de crédit et/ou contrepartie sont principalement les créances sur ses partenaires (en cas notamment de défaut de paiement ou de non-respect des délais de paiement), la trésorerie et les équivalents de trésorerie, les investissements et les instruments financiers dérivés.

Ainsi, la défaillance des partenaires majeurs du Groupe, notamment les grands magasins ou les principaux partenaires du Groupe à l'exportation, pourrait affecter la rentabilité et la situation financière du Groupe.

Gestion du risque

Gestion du risque de change

Le Groupe couvre de façon centralisée le risque de change de ses filiales. Celui-ci naît des opérations commerciales d'achats et ventes en devises. La couverture du risque se fait au moyen d'opérations de change à terme et optionnelles, et cela, pour les principales devises auxquelles le Groupe est exposé. À l'issue de la période de couverture qui a lieu en moyenne six mois avant le début d'une saison, un taux de change moyen pour la collection est calculé, servant de base pour le cours garanti. Concernant les devises non couvertes, les taux de marché sont utilisés comme cours garantis. Des analyses de sensibilité du résultat et des capitaux propres du Groupe aux variations par rapport à l'euro sont présentées dans les états financiers consolidés du Groupe pour l'exercice 2025.

Gestion du risque de taux d'intérêt

Le Groupe pourrait être amené à mettre en place des produits de couverture appropriés en adéquation avec les objectifs de répartition taux fixe/taux variable. À ce jour, le Groupe n'a pas mis en place de tels instruments.

Par ailleurs, le Groupe continue de travailler à diminuer tendanciellement sa dette brute afin de mitiger l'effet négatif de potentielles hausses des taux.

En complément, le Groupe adopte une politique de placement de ses liquidités disponibles, lui permettant ainsi de bénéficier des hausses de taux.

Gestion du risque de crédit et contrepartie

L'exposition du Groupe au risque de crédit est réduite dans la mesure où le Groupe privilégie le recours à des succursales et des concessions qu'il exploite directement pour distribuer ses produits. Ce mode d'exploitation en direct de ses points de vente représente 90 % du chiffre d'affaires annuel consolidé en 2025. En ce qui concerne les corners en grands magasins, le chiffre d'affaires est collecté par le partenaire et rétrocédé, dans de courts délais.

Le Groupe a mis en place une procédure de *Credit Risk Management* et revoit très régulièrement (*a minima* une fois par mois) la situation des créances commerciales en lien avec les activités de gros et les corners. Le risque de non-recouvrement de ces créances en cas de défaut de paiement ou disparition de clients est limité par :

- le fait de privilégier l'approche directe ou le partenariat à l'international pour limiter à un niveau peu significatif les encaissements indirects via les grands magasins ;
- l'obtention systématique de garanties bancaires en France et à l'export ;
- un paiement d'avance des commandes passées auprès des marques du Groupe.

La trésorerie et les équivalents de trésorerie ne sont placés que dans les banques partenaires proches de SMCP, qui sont des banques de premier plan avec lesquelles SMCP n'a jamais enregistré d'incident et dans des pays exempts de risque de spoliation.

RISQUE DE FRAUDE

Description du risque

L'évolution des modes opératoires (ingénierie sociale, exploitation des failles de processus et des systèmes d'information, usage malveillant de l'IA générative), la digitalisation des parcours et l'étendue du réseau (magasins, e-commerce, partenaires/franchisés) exposent le Groupe à des fraudes internes et externes pouvant entraîner des pertes financières significatives, des impacts opérationnels et une atteinte à la réputation. Cette exposition est hétérogène selon les pays, formats et canaux.

À titre d'exemple, cela peut se traduire par :

- fraude interne : détournements d'actifs, manipulations de remises/avoirs, collusion, accès inappropriés aux SI ;
- fraude externe : moyens de paiement (CB, wallet), retours/avoirs e-commerce, usurpation B2B (faux fournisseurs, fraude au président), escroqueries omnicanales ;
- fraude tiers/achats & franchises : surfacturations, conflits d'intérêts, ententes, détournement d'incitations commerciales, non-conformités contractuelles ;
- fraude cyber & data : phishing ciblé, compromission de boîtes mail (BEC), injection d'ordres de paiement, *deepfakes*.

Par ailleurs, la volumétrie des activités commerciales, le réseau étendu de magasin, la croissance de l'omnicanalité engendre une dispersion des flux monétiques et un élargissement des plateformes de menaces pour attaquer le Groupe.

Gestion du risque

Le dispositif de maîtrise s'appuie sur un référentiel de contrôle interne Groupe, intégrant des contrôles préventifs et détectifs sur les processus sensibles. Chaque entité réalise annuellement une auto-évaluation formalisée par une lettre d'affirmation signée par la Direction Générale et la Direction Financière, garantissant un engagement explicite sur le niveau de maîtrise local. L'Audit interne en assure la revue indépendante, conformément aux normes internationales d'audit interne (IIA), qui renforcent le rôle de l'audit interne dans l'évaluation des dispositifs de contrôle interne et la maîtrise du risque de fraude.

En complément, le Groupe a mis en place des dispositifs de séparation des tâches, une gestion centralisée et sécurisée des paiements, des contrôles d'accès aux systèmes, un comité de sécurité informatique, ainsi que des actions de sensibilisation régulières auprès des managers afin de renforcer la culture antifraude. Ces dispositifs répondent aux attentes de l'IFACI, qui indique que la prévention de la fraude repose sur la qualité du contrôle interne, la séparation des tâches, l'intégrité des systèmes d'information et la capacité à détecter les signaux d'alerte et atypismes opérationnels.

Parallèlement, la gestion des opérations de paiement est centralisée par la Direction de la Trésorerie du Groupe avec l'utilisation d'un outil unique intégré. Des règles de validation et de contrôle précises sont définis, vérifiées et auditées régulièrement afin de garantir une assurance élevée sur le niveau de contrôle interne.

Enfin, dans le cadre de l'animation du contrôle interne, et afin de prévenir les risques de fraude, la Direction de l'audit interne sensibilise au moins deux fois par an au travers d'une newsletter de fraude l'ensemble du top management. Ces sensibilisations couvrant aussi bien des fraudes sur le réseau magasin que sur les fonctions supports (IT, achats, paiement, ..) visent à :

- expliquer les mécanismes de fraudes rencontrées dans le Groupe ou dans le secteur d'activité ;
- rappeler les bons réflexes à adopter ;
- faire un point sur les situations avérées de fraude connues dans le monde.

En conclusion, le Groupe renforce la connectivité entre son dispositif antifraude, sa gouvernance, son système de contrôle interne et sa démarche de durabilité, en ligne avec les attentes de l'ESMA visant à assurer une cohérence globale et une supervision renforcée des risques de gouvernance, dont la fraude, par les organes dirigeants. Cette articulation contribue à la fiabilité des informations publiées, à la maîtrise du risque résiduel et à la résilience du modèle opérationnel.

2.1.5 Risques juridiques et réglementaires

ÉVOLUTIONS RÉGLEMENTAIRES ET RISQUES DE LITIGES



Description du risque

Le Groupe ayant une activité en France et à l'étranger, est assujetti à de nombreuses lois et réglementations, notamment celles relatives au droit du travail, à la protection des consommateurs et des données personnelles, à la législation fiscale complexe liée à son activité internationale, à la responsabilité du fait des produits, à la publicité, aux réglementations douanières, aux horaires de travail, au travail le dimanche et en soirée, aux normes de sécurité et à l'accueil du public, aux ventes au déballage, soldes et liquidations, à la corruption et au trafic d'influence ainsi qu'au droit de l'environnement.

Bien que le Groupe soit soucieux et vigilant du respect de la réglementation internationale en vigueur, il ne peut exclure tout risque de non-conformité. Le non-respect par le Groupe ou certains de ses partenaires, collaborateurs et affiliés de la réglementation pourrait l'exposer à des amendes et autres sanctions pénales ou administratives, telles que le retrait d'autorisations, et porter atteinte à sa réputation.

En outre, le Groupe pourrait être conduit à engager des frais importants afin de se conformer aux évolutions de la réglementation, en France et/ou à l'étranger, et ne peut garantir qu'il sera toujours en mesure d'adapter ses activités et son organisation à ces évolutions dans les délais nécessaires et à des coûts raisonnables.

L'incapacité du Groupe à se conformer et à adapter ses activités aux nouvelles réglementations, recommandations ou normes nationales, européennes et internationales pourrait ainsi avoir un effet défavorable significatif sur ses activités, sa réputation, ses résultats, sa situation financière ou ses perspectives.

Les sanctions pécuniaires liées à des non-conformités, lorsqu'elles sont estimées probables par le Groupe et leurs conseils, font l'objet de provisions pour risques et charges. Au 31 décembre 2025, le montant total des provisions pour litiges du Groupe s'élevait à 1,8 million d'euros. En outre, il ne peut être exclu que, dans le futur, de nouvelles procédures, connexes ou non aux procédures en cours, relatives aux risques identifiés par le Groupe ou liées à de nouveaux risques, ou à des risques imprévus, soient engagées à l'encontre de l'une des sociétés du Groupe.

Le Groupe, de par son activité internationale, est soumis à une législation fiscale complexe dans les différents pays dans lesquels il est présent. Les évolutions de ces législations fiscales, des différents taux d'imposition en matière d'impôts et de taxes diverses (dont taxe sur la valeur ajoutée) pourraient avoir des conséquences défavorables significatives sur sa situation fiscale, son taux d'imposition effectif ou le montant des impôts auxquels il est assujetti.

En outre, les réglementations fiscales des différents pays dans lesquels le Groupe est implanté peuvent faire l'objet d'interprétations diverses. Le Groupe n'est dès lors pas en mesure de garantir que les autorités fiscales concernées seront en accord avec son interprétation de la législation applicable. Une contestation de la situation fiscale du Groupe par les autorités concernées pourrait conduire au paiement par le Groupe d'impôts supplémentaires, à des redressements et amendes potentiellement importants.

Gestion du risque

La Direction juridique du Groupe assure une veille juridique pour tenir compte des évolutions jurisprudentielles, réglementaires et législatives et s'assurer qu'il est en conformité avec les réglementations des pays dans lesquels il exerce son activité. La Direction juridique est composée en France de deux pôles d'activités composés de juristes généralistes et de juristes spécialisés en charge d'accompagner les métiers du Groupe et des marques, notamment dans le domaine du droit immobilier, du droit de la propriété intellectuelle, du droit commercial, du droit des sociétés, du droit boursier, du droit de la consommation et du droit de la protection des données personnelles. Elle dispose en Asie d'un pôle régional composé de juristes situés à Hong Kong et en Chine continentale.

Les questions de droit social sont traitées au sein de la Direction des ressources humaines, en lien avec la Direction juridique.

Le Groupe s'appuie également, dans tous les territoires où il exerce son activité, sur des cabinets d'avocats locaux qui participent à assurer une veille juridique régulière et complète.

La Direction juridique du Groupe attache une grande importance à protéger efficacement les intérêts des sociétés du Groupe lors de leurs négociations contractuelles, en s'assurant en particulier de la clarté des engagements et de la responsabilité de chacune des parties. Le Groupe veille à la signature, notamment par ses fournisseurs, des Conditions générales d'achat et du Code de conduite fournisseurs du Groupe. Il a mis en place un processus d'évaluation qui comprend la conduite d'audits réguliers et des programmes de conformité qui participent également à le protéger contre des risques de responsabilité.

La Direction fiscale du Groupe veille à ce que les législations en vigueur dans les pays dans lesquels le Groupe opère soient respectées. Le Groupe transmet les informations requises aux administrations fiscales. Il facilite aussi la réalisation de leurs investigations. Des audits fiscaux sont réalisés et des plans d'action sont mis en place si nécessaire.

Le Groupe ne rentre pas dans des schémas à but fiscal, type DAC 6. Le Groupe est soucieux, en particulier dans le cadre de sa politique de prix de transfert (cessions internes de produits et taux d'intérêt des comptes courants et prêts intercompagnies), de respecter les principes de l'OCDE visant à une répartition harmonieuse des bénéfices dans les diverses juridictions.

Enfin, l'éthique et la conformité sont des valeurs clés et une préoccupation majeure du Groupe. Dans ce cadre, le Groupe a mis en œuvre, par l'intermédiaire de ses Directions juridique et contrôle interne, tout un dispositif afin de se conformer aux lois internationales et nationales contre la corruption et le trafic d'influence, telles que la loi Sapin II et les lois équivalentes dans les autres pays. Ce dispositif est détaillé dans le chapitre ESRS G1 Gouvernance du rapport de durabilité du présent document d'enregistrement universel.

Des vérifications de conformité sur certains points du programme anticorruption sont également effectuées lors des audits opérationnels afin de s'assurer de la bonne mise en œuvre du dispositif de conformité.

LUTTE CONTRE LA CONTREFAÇON ET SÉCURISATION DES DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Description du risque

Le Groupe considère que ses marques, ses noms de domaine, son savoir-faire, et tout autre droit de propriété intellectuelle dont il est le titulaire jouent un rôle crucial dans sa réussite et son développement. Le marché de détail du prêt-à-porter et des accessoires est sujet à de nombreux actes de contrefaçon. Des tiers pourraient imiter ses produits et violer ses droits de propriété intellectuelle. Le Groupe ne peut garantir que les différentes actions de prévention et les poursuites qu'il entreprend afin de voir ses droits de propriété intellectuelle défendus empêcheront des tiers de commercialiser des produits identiques ou similaires aux siens. La reproduction non autorisée ou tout autre détournement des droits de propriété intellectuelle et des produits du Groupe pourraient conduire à une diminution de la valeur et de la renommée de ses marques et affecter négativement les prix auxquels le Groupe peut vendre ses produits. Enfin, le Groupe ne peut garantir que ses droits de propriété intellectuelle bénéficient d'une protection suffisante au sein de tous les marchés sur lesquels il opère.

Par ailleurs, dans le cadre de ses activités, le Groupe peut être poursuivi pour violation des droits de propriété intellectuelle de tiers (notamment leurs droits de marques et leurs dessins et modèles) pouvant le contraindre au versement de dommages-intérêts, l'empêcher de faire fabriquer et de commercialiser certains produits ou de développer de nouveaux produits ainsi que le conduire à la conclusion d'accords de coexistence, de licences ou à retirer de la vente les produits objets du litige.

À la connaissance de la Société, il n'existe pas de procédures (y compris toutes procédures en cours ou menaces de procédures dont le Groupe a connaissance) qui pourraient avoir des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité du Groupe.

Gestion du risque

La politique du Groupe en matière de propriété intellectuelle s'articule autour de plusieurs axes. En premier lieu, le Groupe assure la protection de ses marques et de ses noms de domaine, ce qui donne lieu à des dépôts ou réservations dans l'ensemble des pays où il est présent ou souhaite préserver ses droits, notamment en vue de son expansion. Le Groupe a également mis en place une stratégie de dépôt de dessins et modèles afin de renforcer la protection de ses accessoires. Le Groupe détient ainsi un portefeuille de 581 marques enregistrées à travers le monde, correspondant notamment aux noms « Sandro », « Maje », « Claudie Pierlot » et « Fursac », ainsi que de 14 dessins et modèles. Le Groupe dispose par ailleurs d'un portefeuille d'environ 647 noms de domaine.

En second lieu, le Groupe a mis en place une veille globale sur Internet pour identifier la réservation non autorisée de noms de domaine, l'utilisation non autorisée de ses droits de propriété intellectuelle sur de « faux » sites ou sur les réseaux sociaux, ou encore la vente de produits contrefaisants sur des places de marchés et sites de vente en ligne. Le Groupe a également mis en place une politique active de lutte contre la contrefaçon, avec une attention particulière pour la France et l'Asie. Les différentes actions sont conduites par la Direction juridique du Groupe, les marques ou les *Business Units* avec l'assistance de conseils externes et en lien avec les autorités locales compétentes. En outre, le Groupe travaille étroitement avec les services des douanes afin qu'ils soient sensibilisés aux caractéristiques des produits de ses marques. À cet égard, le Groupe est adhérent de l'Unifab (Union des fabricants), principale association française en charge de la lutte anti-contrefaçon. Le Groupe conduit par ailleurs une politique active de recours judiciaires en cas de contrefaçon ou plus généralement d'atteinte à ses droits de propriété intellectuelle par des tiers.

Enfin, la Direction juridique du Groupe veille à ce que l'intégralité du processus de création soit protégée et travaille étroitement avec les marques pour prévenir en amont les risques de contestation de tiers. Cela inclut la revue des collections en amont, l'horodatage des créations, des formations dispensées aux studios et une coopération avec ces derniers lors de la création des collections.

2.2 Assurance et couverture des risques

Le Groupe déploie une politique d'assurance structurée et proactive, destinée à accompagner durablement ses activités et à contribuer à la maîtrise de ses expositions aux risques. Cette politique vise à couvrir, dans la mesure du possible, les principaux risques identifiés comme assurables, en cohérence avec le profil de risques du Groupe et les meilleures pratiques de marché.

La stratégie assurantielle du Groupe s'appuie sur un processus régulier et approfondi d'identification, d'analyse et de qualification des risques, assurés ou assurables. Ce dispositif permet d'évaluer en continu la pertinence et l'adéquation des programmes d'assurance existants et d'en faire évoluer, le cas échéant, les niveaux de garanties, les franchises ou les périmètres couverts.

Les contrats d'assurance du Groupe sont généralement conclus pour une durée d'un an, avec une échéance principale au 1er juillet. Chaque renouvellement donne lieu à une revue structurée des dispositifs de couverture, menée en lien avec des acteurs majeurs du marché de l'assurance et de la réassurance à l'échelle internationale.

Les programmes d'assurance sont placés auprès de compagnies d'assurance de premier plan, reconnues pour leur solidité financière et leur expertise sectorielle. La diversification des assureurs contribue à la sécurisation des capacités mobilisées et à la limitation du risque de concentration.

Les niveaux de garanties et de franchises sont définis de manière équilibrée, en tenant compte de la nature et de l'intensité des risques, des standards observés sur le marché de l'assurance et de la capacité financière du Groupe à absorber certains niveaux de pertes.

Les polices d'assurance souscrites par le Groupe couvrent notamment les principaux risques suivants :

- la responsabilité civile de l'entreprise et de l'employeur ;
- les assurances dommages et multirisques ;
- les risques de fraude ;les risques cyber ;
- la responsabilité civile des mandataires sociaux ;
- le transport de marchandises et de personnes ;
- les assurances locales obligatoires ;
- les assurances de personnes.

La détermination des niveaux de couverture repose sur une appréciation des scénarios de sinistres susceptibles d'affecter le Groupe, sur la base d'hypothèses raisonnables et des analyses réalisées par les assureurs dans le cadre de leur processus de souscription. Les plafonds de garantie sont ainsi calibrés afin de permettre la prise en charge des sinistres de fréquence, d'intensité et, dans certaines limites, de sinistres d'ampleur exceptionnelle.

Certains risques peuvent ne pas faire l'objet d'une couverture d'assurance spécifique, notamment en l'absence d'offre adaptée sur le marché ou lorsque le coût de la couverture est jugé disproportionné au regard de l'intérêt économique attendu. Dans ces situations, le Groupe apprécie sa capacité à assumer directement les conséquences financières potentielles de ces risques.

L'année 2025 s'est inscrite sans sinistre significatif comme l'exercice 2024. Cette tendance comparable aux années 2021 et 2022 permet de conforter la stabilité tarifaire et la solidité des programmes d'assurance au-delà des ajustements observés sur le marché de l'assurance.

2.3 Contrôle interne et gestion des risques

La gestion des risques concerne les mesures que le Groupe met en œuvre pour identifier, analyser et maîtriser les risques auxquels il est exposé dans la conduite de ses activités.

La maîtrise des risques, pilotée par la Direction de l'audit interne, est suivie avec attention par la Direction Générale du Groupe. Afin de maîtriser ces risques, des dispositifs de gestion des risques et de contrôle interne sont déployés au sein du Groupe. Ces dispositifs reposent sur un ensemble de moyens, de procédures et d'actions adaptées au contexte et à la réglementation en vigueur pour chaque entité et visent à s'assurer que les mesures nécessaires sont prises pour permettre au Groupe :

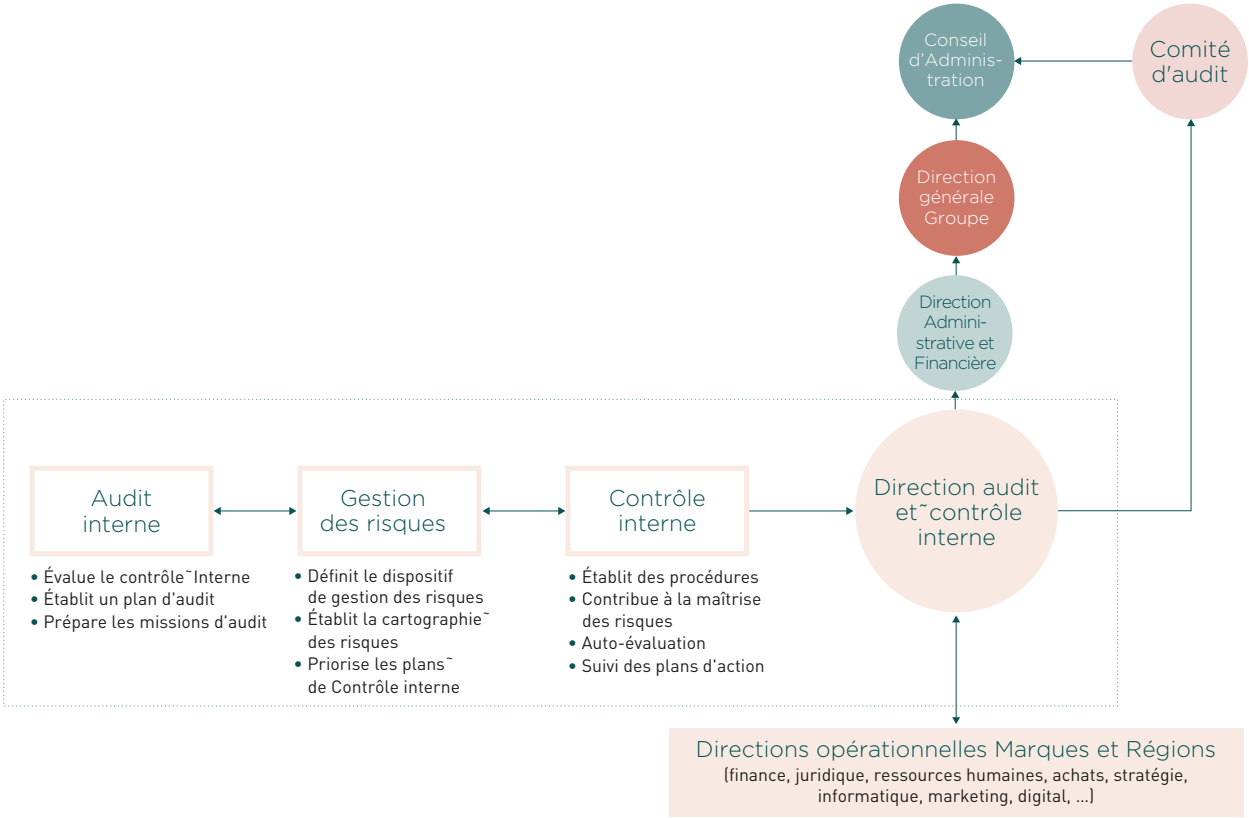
- d'atteindre ses objectifs, accomplir ses missions, et détecter les opportunités de développement de son activité tout en respectant ses valeurs, l'éthique, ainsi que les lois et réglementations ; et
- de protéger ses actifs principaux constituant les fondamentaux de son activité (actifs corporels et incorporels et en particulier les marques), d'identifier les points critiques ainsi que les événements internes et externes et les situations à risque pour le bon déroulement de son activité.

Les procédures de contrôle interne font partie de la démarche d'amélioration continue d'identification, d'évaluation et de maîtrise des risques de l'entreprise.

La Direction de l'audit et du contrôle interne a déployé un référentiel de contrôle interne Groupe « CARE » (*Control Assessment and Risk Evaluation*) dont la mission est de renforcer le dispositif de contrôle interne et d'en améliorer le niveau de maturité. Ce référentiel, qui s'inscrit dans la démarche de gestion des risques, recense l'ensemble des contrôles clés en place au sein des différentes entités du Groupe et au sein de son réseau de distribution. Il se décline en deux documents de référence : « CARE Corporate » et « CARE Retail ». La démarche de gestion des risques et de contrôle interne ainsi que ce référentiel sont basés sur le cadre de référence de contrôle interne prescrit par l'AMF.

Une campagne annuelle d'auto-évaluation est réalisée par les entités afin de montrer leur niveau de conformité sur la maturité du contrôle interne. Le Directeur Général d'une entité est responsable de la gestion des risques et du niveau de contrôle interne de l'ensemble de ses filiales.

La surveillance continue du dispositif de contrôle interne et l'examen périodique de son fonctionnement sont assurés à plusieurs niveaux :



La gestion des risques se rapporte aux mesures mises en œuvre par le Groupe pour identifier, analyser et maîtriser les risques auxquels il est exposé. Les dispositifs de gestion des risques et de contrôle interne font l'objet d'une surveillance régulière par les Directions des entités opérationnelles du Groupe, qui reportent les risques auprès de la Direction de l'audit et du contrôle interne.

2.4 Les organes de contrôle

Les processus de gestion des risques, d'audit et contrôle interne du Groupe sont pilotés par la Direction de l'audit et du contrôle interne, qui permet au Groupe, dont les activités et la structure se développent rapidement, d'identifier et de prévenir les risques auxquels il pourrait faire face. La Direction de l'audit et du contrôle interne regroupe quatre fonctions : (i) la gestion des risques, (ii) le contrôle interne, (iii) l'audit interne, et (iv) l'éthique et la conformité.

La gestion des risques et le contrôle interne relève de la responsabilité des directions opérationnelles de chacune des entités du Groupe, sous le contrôle de la Direction de l'audit et du contrôle interne. En effet, au sein de chacune de ces entités, la personne responsable de la gestion des risques (généralement le Directeur Général ou le Responsable financier) est en charge de la vérification de la bonne application des procédures de prévention et a la possibilité de mettre en place des nouvelles procédures qui pourront, après étude par la Direction de l'audit et du contrôle interne, être appliquées à l'ensemble du Groupe. La Direction de l'audit et du contrôle interne joue en effet un rôle central en établissant les procédures applicables au niveau du Groupe (c'est-à-dire sans distinction selon les quatre marques) et en définissant le cadre dans lequel les filiales exercent leurs responsabilités en matière de gestion des risques et de contrôle interne. Elle coordonne également le fonctionnement de l'ensemble du dispositif.

2.5 Le dispositif de gestion des risques

Le dispositif global de gestion des risques et de contrôle interne du Groupe entend s'inspirer du référentiel international « COSO » *(Committee Of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission)* et repose sur plusieurs éléments, notamment :

- la maîtrise des risques opérationnels ;
- la gestion des risques globaux du Groupe aux différentes échelles (entités, directions fonctionnelles, filiales) ;
- la cartographie des risques majeurs du Groupe ;
- le suivi du dispositif de contrôle interne du Groupe (« CARE ») ;
- le dispositif et l'organisation du Comité éthique ;
- l'audit interne, qui, en tant que fonction d'assurance indépendante, évalue l'efficacité et le fonctionnement de l'ensemble du système et en reporte aux différents acteurs de la gouvernance.

Le chapitre 3 *Rapport de durabilité* du présent document d'enregistrement universel contient également des éléments sur les objectifs, l'organisation et le dispositif de gestion des risques par le Groupe. Une description des procédures mises en œuvre dans le cadre de la mise en conformité avec les dispositions de la loi du 9 décembre 2016, relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique, dite « loi Sapin II », figure également dans le chapitre 3.



3.

Rapport de durabilité

3.1 Informations générales [ESRS 2] 64

3.1.1 Base de préparation 64
3.1.2 Gouvernance 66
3.1.3 Stratégie 70
3.1.4 Gestion des impacts, risques et opportunités (IRO) 81

3.2 Informations environnementales 85

3.2.1 Changement climatique [E1] 85
3.2.2 Pollution [E2] 96
3.2.3 Ressources hydriques et marines [E3] 99
3.2.4 Biodiversité et écosystèmes [E4] 101
3.2.5 Utilisation des ressources et économie circulaire [E5] 109
3.2.6 Information sur la Taxonomie européenne 114

3.3 Informations sociales 120

3.3.1 Personnel de l'entreprise [S1] 120
3.3.2 Travailleurs de la chaîne de valeur [S2] 140
3.3.3 Consommateurs [S4] 144

3.4 Informations sur la conduite des affaires 148

3.4.1 Culture d'entreprise et politiques en matière de conduite des affaires (G1-1), prévention et détection de la corruption et des pots-de-vin (G1-3) 150
3.4.2 Gestion des relations avec les fournisseurs (G1-2) 152
3.4.3 Traçabilité 154

3.5 Annexe 155

3.5.1 Exigences de publication au titre des ESRS couvertes par le rapport de durabilité de l'entreprise (IRO-2) 155
3.5.2 Points de données requis dans les normes transverses et thématiques dérivées d'autres textes législatifs de l'Union européenne (ESRS 2, appendice B) 158
3.5.3 Tables de concordance (ODD, GRI) 160

3.6 Rapport de certification des informations en matière de durabilité et de contrôle des exigences de publication des informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 de SMCP 165

3.1 Informations générales [ESRS 2]

3.1.1 Base de préparation

3.1.1.1 BASE GÉNÉRALE POUR LA PRÉPARATION DU RAPPORT DE DURABILITÉ (BP-1)

Le présent rapport de durabilité couvre l'ensemble des activités et pays d'implantation du groupe SMCP et de ses marques. Les informations y sont présentées de façon consolidée au niveau Groupe et concernent la période du 1er janvier au 31 décembre 2025.

Ce périmètre d'activités est identique à celui des états financiers consolidés. La liste détaillée des sociétés couvertes par le périmètre de consolidation est disponible dans le chapitre 6 « États financiers » du document d'enregistrement universel 2025, sous la Note 8.4 « Périmètre de consolidation » des notes annexes aux états financiers consolidés.

Le Groupe s'est attaché à appliquer les exigences normatives fixées par les ESRS et la Taxonomie européenne, telles qu'applicables à la date d'établissement du rapport de durabilité, sur la base des informations disponibles dans les délais d'établissement de ce rapport de durabilité.

Le contenu du rapport de durabilité a été élaboré en conformité avec la *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD). Il inclut les informations concernant à la fois les opérations propres de SMCP et, lorsque cela est pertinent, sa chaîne de valeur (amont et/ou aval), de sorte à rendre compte des principaux impacts, risques et opportunités identifiés *via* l'analyse de double matérialité.

La rédaction de ce rapport s'appuie sur les principes fondamentaux édictés dans l'ESRS 1, à savoir : la pertinence, la représentation fidèle, la comparabilité, la vérifiabilité et la compréhensibilité.

Quelques indicateurs ne sont pas reportés sur l'intégralité du périmètre de consolidation en raison de l'indisponibilité des données. Des précisions sur le taux de couverture sont disponibles au niveau des indicateurs concernés.

Le Groupe n'a ni fait le choix de recourir à l'option d'omettre des informations en lien avec la propriété intellectuelle, le savoir-faire ou l'innovation. (DP 5 d), ni de recourir à l'exemption de publication d'éléments en cours de développement ou négociation (DP 5 e).

3.1.1.2 PUBLICATION D'INFORMATIONS RELATIVES À DES CIRCONSTANCES PARTICULIÈRES (BP-2)

Estimations et incertitudes

Le Groupe n'a pas dévié des définitions du court-moyen-long terme de l'ESRS 1 (DP 9 a).

Plusieurs indicateurs environnementaux sont calculés sur la base d'estimations, principalement en raison de l'indisponibilité de données au niveau de la chaîne de valeur amont du Groupe.

Des estimations sont également réalisées de façon plus ponctuelle au niveau de la consommation d'énergie de certaines boutiques situées dans des centres commerciaux pour lesquelles la consommation réelle n'est pas transmise par le bailleur.

À date, le Groupe n'a pas identifié de plan d'action pour réduire ces estimations. Les principales estimations réalisées sont précisées dans le rapport.

Ci-dessous les points de données qui ne sont pas publiés dans le présent rapport de durabilité :

- E2-5 DP 34 : Le Groupe n'a pas été en mesure de publier les quantités totales de substances préoccupantes présentes dans les produits commercialisés, son approche étant prioritairement fondée sur l'identification et le suivi des substances extrêmement préoccupantes (SVHC). Conformément aux exigences réglementaires applicables, le Groupe met en œuvre des procédures de contrôle visant notamment les substances encadrées par la réglementation européenne REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals). Ces contrôles ont pour objectif de s'assurer de la conformité des produits commercialisés et de l'absence de substances restreintes ou interdites.

Changement dans la préparation ou la présentation des informations en matière de durabilité

Dans le cadre du reporting 2025, certaines données historiques ont été mises à jour afin d'intégrer les corrections résultant des informations reçues cette année. Ces modifications concernent notamment les indicateurs suivants :

- consommation d'énergie : révision des données 2022-2024 relatives à la consommation de gaz et de vapeur utilisée pour le chauffage des entrepôts en Île-de-France, entraînant une augmentation de 10 % des consommations précédemment reportées ;
- émissions de gaz à effet de serre : révision des données 2022-2024 entraînant, pour l'année de référence 2022, une baisse de 1,0 % des émissions totales et de 0,7 % des émissions prises en compte dans le périmètre de la trajectoire de réduction SBTi du Groupe.

Par ailleurs, s'agissant de la consommation d'eau liée à la fabrication des produits, l'année de référence (2023 au lieu de 2022) ainsi que l'objectif de réduction (-10 % au lieu de -30 %) ont été révisés cette année, notamment afin d'intégrer une mise à jour des données relatives à la production de soie.

Publication d'informations issues d'autres actes législatifs ou de déclarations généralement acceptées en matière d'information sur la durabilité

SMCP est aussi soumis au règlement européen 2020/852 du 18 juin 2020 (dit règlement « Taxonomie verte ») et actes délégués (UE) 2021/2139 et (UE) 2021/2178. Les éléments en lien avec ce règlement sont disponibles dans le paragraphe 3.2.6 « Information sur la Taxonomie européenne ». Par ailleurs, la liste des points de données requis dans les normes transverses et thématiques dérivées d'autres textes législatifs de l'UE en application de la norme ESRS 2, appendice B, est disponible en annexe.

Incorporation d'informations au moyen de renvois

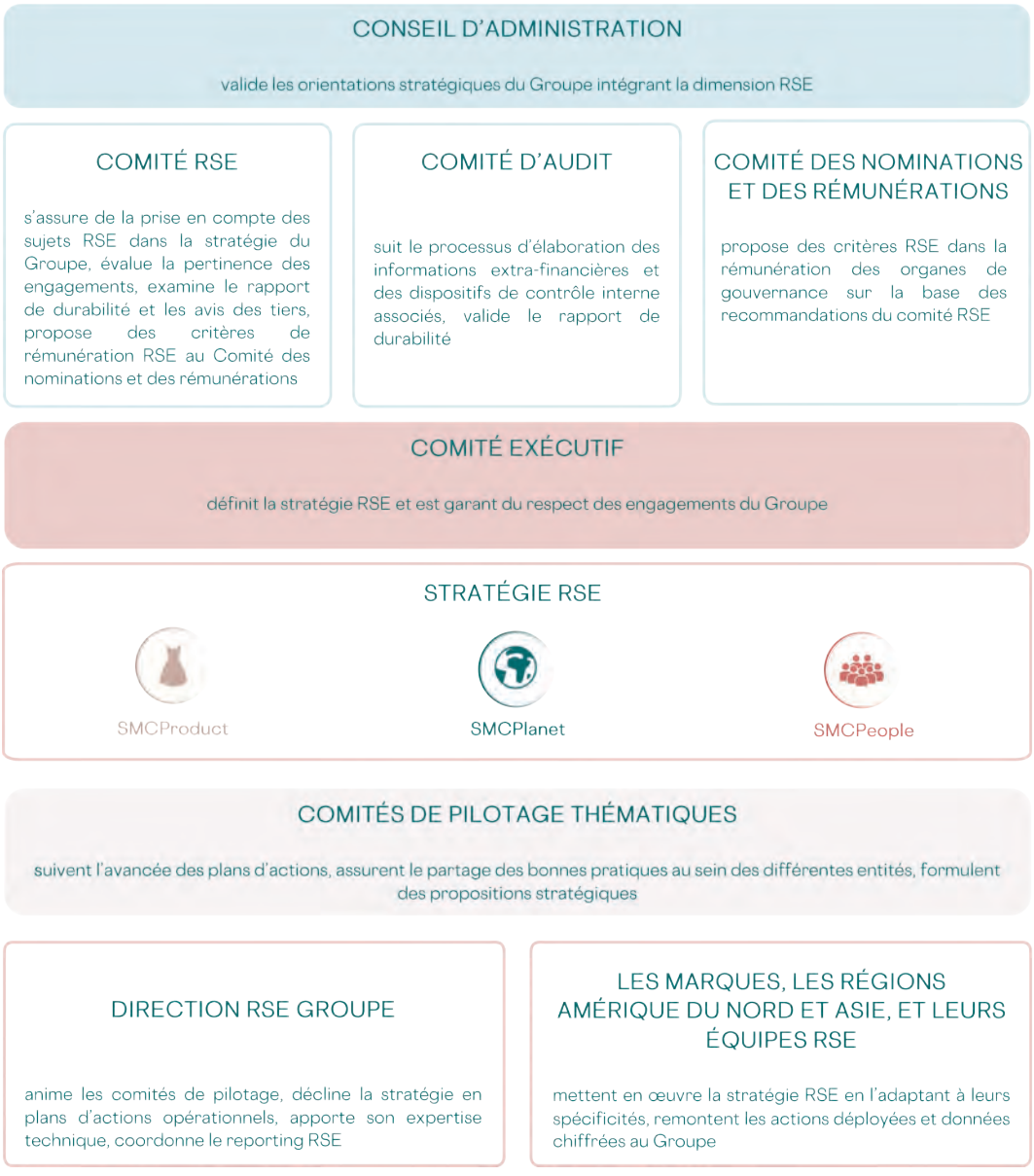
Le tableau ci-après précise les exigences de publication qui ont été incorporées au moyen de renvois.

Exigences de publication	Informations incorporées par renvoi	Paragraphe dans lequel se trouve l'information
GOV-1 – Le rôle des organes d'administration, de direction et de surveillance	Détails sur les missions, la composition (GOV-1 20 a), les rôles et responsabilités (GOV-1 20 b, 22), l'expertise et les compétences ESG des organes de gouvernance et de leurs membres (GOV-1 20 c, 23)	4.1 Organisation de la gouvernance : « Composition du conseil d'administration au 9 avril 2026 » page 172 ; « Domaines principaux de compétences et d'expériences des administrateurs et du censeur » page 187 ; 4.1.3.2 Missions page 189 ; 4.1.4.1 Comité d'audit page 195 ; 4.1.4.2 Comité des nominations et des rémunérations page 196 ; 4.1.4.3 Comité RSE page 197
GOV-1 Mixité au sein des organes de gouvernance	Mixité au sein des organes de gouvernance (GOV-1 21 d)	4.1 Organisation de la gouvernance : « Composition du conseil d'administration au 9 avril 2026 » page 172 ; « Représentation équilibrée des femmes et des hommes » page 187
GOV-1 Pourcentage d'administrateurs indépendants	Pourcentage d'administrateurs indépendants (GOV-1 21 b et e), nombre de membres exécutifs et non exécutifs (GOV-1 21 a et b)	4.1 Organisation de la gouvernance : « Composition du conseil d'administration au 9 avril 2026 » page 172 ; 4.1.2.3 « Indépendance des administrateurs » page 188
GOV-2 – Informations transmises aux organes d'administration, de direction et de surveillance de l'entreprise et questions de durabilité traitées par ces organes	Détails concernant le contenu des réunions et travaux réalisés au cours de l'exercice 2024 (GOV-2 24,25,26)	4.1.4.1 Comité d'audit - (c) page 196 ; 4.1.4.2 Comité des nominations et des rémunérations - (c) page 197 ; 4.1.4.3 Comité RSE - (c) page 198
GOV-3 – Intégration des résultats en matière de durabilité dans les systèmes d'incitation	Détails sur les critères RSE pris en compte (GOV-3 27,28,29)	4.2 Rémunérations et avantages page 200
GOV-5 – Gestion des risques et contrôles internes de l'information en matière de durabilité	Détails sur la gestion des risques, la méthode d'évaluation (GOV-5 34), les risques Groupe identifiés (GOV-5 36 c) ainsi que l'organisation et les organes de contrôle (GOV-5 36 a,b,d,e)	2.1 Facteurs de risques page 40 ; 2.3 Contrôle interne et gestion des risques page 59 ; 2.4 Les organes de contrôle page 60 ; 2.5 Le dispositif de gestion des risques page 60
SBM-1 – Stratégie, modèle économique et chaîne de valeur	Modèle d'affaires (SBM-1 42)	Modèle d'affaires page 4
G1-6 – Pratiques en matière de paiement	Informations relatives aux délais de paiement des fournisseurs et des clients (G1-6 33 d)	6.14 Dettes fournisseurs et comptes rattachés page 289

3.1.2 Gouvernance

3.1.2.1 LE RÔLE DES ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE (GOV-1)

La stratégie RSE, comprenant les politiques, plans d'action et objectifs est impulsée par le Conseil d'administration et le Comité exécutif du Groupe, et mise en œuvre par la Direction RSE de SMCP, avec le concours de référents au sein des marques et des différentes zones géographiques. Rattachée à la Direction Générale, la Direction RSE de SMCP est composée d'experts spécialisés sur les différents sujets de la stratégie RSE (traçabilité, audits sociaux, climat, biodiversité, éco-conception, diversité et inclusion, etc.) et qui sont en charge de proposer aux instances de gouvernance des options stratégiques, d'apporter un support technique aux équipes opérationnelles des *business units*[1], de structurer leurs feuilles de route, de piloter le reporting ESG et de répondre aux sollicitations des parties prenantes (agences de notation extra-financières, ONG, etc.).



(1) Marques, zones France-Europe, Amérique du Nord, APAC.

Depuis 2023, un Comité RSE a été créé au sein du Conseil d'administration afin de renforcer la prise en compte des questions sociétales et environnementales dans la gouvernance du Groupe. Présidé par un administrateur indépendant spécialiste des sujets de développement durable, le Comité RSE s'est réuni à deux reprises au cours de l'année. Les détails concernant sa composition (GOV-1 20 a), et ses missions (GOV-1 20 b, 22) sont disponibles dans le chapitre 4, paragraphe 4.1.4.3 « Comité RSE ». Les deux autres comités permanents du Conseil d'administration sont également impliqués dans la gouvernance de la stratégie RSE :

- le Comité d'audit est en charge du suivi du processus d'élaboration de l'information extra-financière et de la gestion des risques relatifs à cette information ;
- le Comité des nominations et des rémunérations propose au Conseil d'administration, après consultation du comité RSE, des objectifs RSE à inclure dans les dispositifs de rémunération variable annuelle et long terme des organes de gouvernance.

La RSE est, par ailleurs, représentée au sein du Comité exécutif par le Directeur RSE Groupe. Des points d'avancement sont régulièrement organisés dans le cadre de cette instance pour assurer le suivi des objectifs de la stratégie RSE ou en fixer de nouveaux. Les différents axes de la stratégie RSE « SMCProduct, SMCPlanet, SMCPeople » font aussi l'objet d'un suivi spécifique dans le cadre de comités de pilotage thématiques associant des représentants des différentes marques du Groupe et du Groupe.

Les informations relatives à la composition et à la diversité, aux rôles et responsabilités ainsi qu'à l'expertise et aux compétences des organes[1] de gouvernance (GOV-1 20 c, 23) et de leurs membres sont disponibles dans le chapitre 4, paragraphes 4.1.1 à 4.1.4.

En ce qui concerne la conduite des affaires, SMCP a mis en place un Comité éthique composé de la Directrice des ressources humaines, du Secrétaire Général, et de la Directrice de l'audit, contrôle interne et conformité. Les principales missions de ce comité sont de :

- contribuer à la définition des règles de conduite, des valeurs individuelles et collectives et de la culture éthique du Groupe ;
- veiller au respect de ces règles, valeurs et culture par le déploiement d'un programme de conformité ;
- promouvoir les principes directeurs du Groupe et encourager le développement de bonnes pratiques en ces domaines au travers de différentes politiques (voir paragraphe 2.5 « Le dispositif de gestion des risques ») et en assurer une diffusion efficace ;
- collecter, analyser et traiter les alertes, signalements et rapports relatifs aux comportements ou situations contraires à ces règles, valeurs et principes.

Ce comité se réunit *a minima* deux fois par an, dont au moins une fois en présence du Directeur Général du Groupe, pour piloter la mise en place du programme de conformité.

3.1.2.2 INFORMATIONS TRANSMISES AUX ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE DE L'ENTREPRISE ET ENJEUX DE DURABILITÉ TRAITÉS PAR CES ORGANES (GOV-2)

Les informations sur l'implémentation des politiques RSE, l'efficacité des plans d'action, ainsi que les propositions de nouvelles orientations stratégiques sont présentées au Comité RSE semestriellement, qui en rend compte au Conseil d'administration. Les détails concernant le contenu des réunions et travaux réalisés (GOV-2 24,25,26) au cours de l'exercice 2025, sont disponibles dans le chapitre 4, paragraphe 4.1.4.3 « Comité RSE ».

Le comité d'audit a pour sa part été sollicité au cours de l'exercice pour valider l'actualisation de l'analyse de double matérialité ainsi que le rapport de durabilité 2025 sur la base des conclusions formulées par le commissaire aux comptes Deloitte & Associés avant validation par le Conseil d'administration.

3.1.2.3 INTÉGRATION DES PERFORMANCES EN MATIÈRE DE DURABILITÉ DANS LES MÉCANISMES D'INCITATION (GOV-3)

Intégration des objectifs RSE dans la rémunération des dirigeants mandataires sociaux exécutifs

Chaque année, des objectifs RSE à intégrer dans la rémunération variable annuelle et long terme (plans d'attribution d'actions gratuites de performance) des mandataires sociaux du Groupe (Directeur Général et Directeurs Généraux Délégués) sont proposés en lien avec les trois piliers de la stratégie RSE du Groupe, SMCProduct, SMCPlanet et SMCPeople par le Comité RSE et soumis au Comité des nominations et des rémunérations. Ces objectifs font ensuite l'objet d'une validation par le Conseil d'administration.

En 2025, les objectifs extra-financiers représentaient pour le Directeur Général et les Directeurs Généraux Délégués :

- 25 % de la rémunération variable annuelle (GOV-3 27,28,29 voir détails dans le chapitre 4, paragraphes 4.2.1.2 et 4.2.2.1) ;
- 20 % de la rémunération variable long terme constituée par des plans d'attribution d'actions gratuites (voir détails dans le chapitre 4, paragraphes 4.2.1.2 et 4.2.2.1).

Parmi les objectifs RSE définis pour la rémunération variable annuelle, l'un est systématiquement consacré à la politique climatique du Groupe. Pour l'année 2025, l'augmentation du taux de matières recyclées dans les produits, qui constitue le premier levier de réduction de l'empreinte carbone du Groupe, avait une pondération de 15% sur le total des critères RSE. Ce critère a été reconduit pour l'exercice 2026 avec une nouvelle pondération de 25 % (soit 6,25% de la rémunération variable annuelle totale).

(1) Voir « Domaines principaux de compétences et d'expériences des administrateurs désignés par l'Assemblée générale et du censeur ».

Un critère directement lié à la politique climatique du Groupe est également intégré aux critères RSE de la rémunération variable de long terme : il représente 50 % de la composante RSE et 10 % de la rémunération totale. En 2025, l'objectif portait sur une réduction de 14,5 % des émissions de gaz à effet de serre du Groupe entre 2022 et 2025. Pour l'exercice 2026, l'objectif s'inscrit dans la même lignée avec une réduction cible de 18 % entre 2022 et 2026. Ces niveaux de réduction ont été déterminés en alignement avec les objectifs climatiques 2030 de SMCP, validés par l'initiative *Science Based Targets* (SBTi).

Intégration des objectifs RSE dans la rémunération variable des équipes de direction et des collaborateurs

Des critères RSE sont systématiquement intégrés dans les objectifs individuels des membres du Comité exécutif du Groupe et représentent en moyenne 10 % de leur rémunération variable annuelle.

La plupart des membres des Comités de direction ont également des objectifs annuels RSE en lien avec leurs domaines de responsabilité, qui conditionnent une part de leur rémunération variable.

Le top management de SMCP, composé d'une centaine de managers, est également bénéficiaire de plans d'attribution d'actions gratuites de performance intégrant des critères RSE à hauteur de 20 %. Les objectifs de ces plans d'attribution sont identiques à ceux des mandataires sociaux.

Par ailleurs, depuis 2022, des objectifs RSE sont pris en compte dans le calcul du montant de l'intéressement à destination des collaborateurs du Groupe travaillant en France (hors Fursac). Ils représentent 60 % des critères pris en compte.

En 2025, les objectifs portaient sur l'augmentation de la part des produits « à plus faible impact environnemental », l'augmentation du taux de collaborateurs en situation de handicap, l'augmentation du taux de participation des collaborateurs à l'enquête interne et sur le déploiement et le suivi de la formation « Santé Sécurité au travail ».

3.1.2.4 DÉCLARATION SUR LA VIGILANCE RAISONNABLE (GOV-4)

La procédure de diligence raisonnable de SMCP est réalisée par les experts des différents sujets ESG. Cette approche collégiale assure au Groupe un alignement de ses pratiques avec les stratégies RSE et la stratégie globale de SMCP.

Éléments essentiels de la diligence raisonnable	Référence
Intégrer la diligence raisonnable dans la gouvernance, la stratégie et le modèle économique	3.1.2.1 « Le rôle des organes d'administration, de Direction et de surveillance (GOV-1) » ; 3.1.4.1 « Description des procédures d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels (IRO-1) » ; 3.1.3.3 « Impacts, risques et opportunités matériels et leur lien avec la stratégie et le modèle économique (SBM-3) »
Collaborer avec les parties prenantes concernées à toutes les étapes de la diligence raisonnable	3.1.3.2 « Intérêts et points de vue des parties prenantes (SBM-2) »
Identifier et évaluer les impacts négatifs	3.1.4.1 « Description des procédures d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels (IRO-1) »
Prendre des mesures pour remédier à ces impacts négatifs	Voir les paragraphes politiques et objectifs, actions et ressources des différents ESRS
Suivre l'efficacité de ces efforts et communiquer	Voir les paragraphes indicateurs des différents ESRS

3.1.2.5 GESTION DES RISQUES ET CONTRÔLES INTERNES CONCERNANT L'INFORMATION EN MATIÈRE DE DURABILITÉ (GOV-5)

Au cours de l'année 2024, en préparation de l'application de la CSRD, le groupe SMCP a réalisé une analyse de double matérialité. La méthodologie et les résultats de l'analyse de double matérialité sont disponibles dans le paragraphe 3.1.4.1 « Description des procédures d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités importants (IRO-1) » du présent rapport de durabilité.

Cette analyse a été révisée au cours de l'année 2025 sans impact majeur sur les exigences de publication liées.

Chaque année une revue de cohérence est réalisée entre l'analyse de double matérialité et la cartographie des risques du Groupe.

Le lien entre l'analyse des risques Groupe et l'analyse de double matérialité est présenté dans ce tableau de concordance :

Risques Groupe – analyse nette	Enjeux matériels en lien avec la CSRD – analyse brute
Risque de stratégie et d'exécution	• Marketing responsable • Mode circulaire
Risque de fraude, Évolutions réglementaires et risques de litiges	• Éthique des affaires
Dépendance à un fournisseur	• Relations fournisseurs • Traçabilité • Sécurité des produits pour les consommateurs
Évolution des grands enjeux planétaires en matière de climat et de biodiversité	• Atténuation et adaptation au changement climatique • Consommation d'énergie • Protection de la biodiversité • Éco-conception des produits et utilisation raisonnée des ressources • Consommation d'eau • Gestion des déchets et de la fin de vie des produits • Pollution de l'air, de l'eau et des sols
Gestion des Ressources humaines et perte de talents	• Qualité du dialogue social • Diversité et inclusion des collaborateurs • Développement des talents • Santé sécurité et qualité de vie au travail des collaborateurs • Rémunération et avantages sociaux
Respect des droits humains, des libertés fondamentales et de l'éthique	• Droits humains dans la chaîne de valeur • Respect du bien-être animal
Cyberattaques et défaillance des systèmes d'information	• Cybersécurité et protection des données personnelles

L'analyse des risques Groupe fait l'objet d'une revue annuelle. Les détails sur la gestion des risques, la méthode d'évaluation (GOV-5 34), les risques (GOV-5 36 c) Groupe identifiés ainsi que l'organisation et les organes de contrôle (GOV-5 36 a, b, d, e) sont disponibles dans le chapitre 2, paragraphe 2.1, 2.3, 2.4 et 2.5 du document d'enregistrement universel.

L'analyse des risques Groupe est une analyse nette, ce qui correspond à une évaluation du risque en prenant en compte les moyens de maîtrise mis en place par l'entreprise. En revanche l'analyse des enjeux ESG est réalisée en brut, c'est-à-dire sans prendre en compte les procédures et mesures d'atténuation mises en place par SMCP.

Le détail des plans d'action associés à ses risques est présenté au sein du chapitre 2, paragraphe 2.1 « Facteurs de risques », du présent document d'enregistrement universel.

3.1.3 Stratégie

3.1.3.1 STRATÉGIE, MODÈLE ÉCONOMIQUE ET CHAÎNE DE VALEUR (SBM-1)

Stratégie SMCP et modèle économique du Groupe

Le groupe SMCP aspire à être le leader du *Creative premium* et poursuit une vision claire « habiller et habiter le présent ».

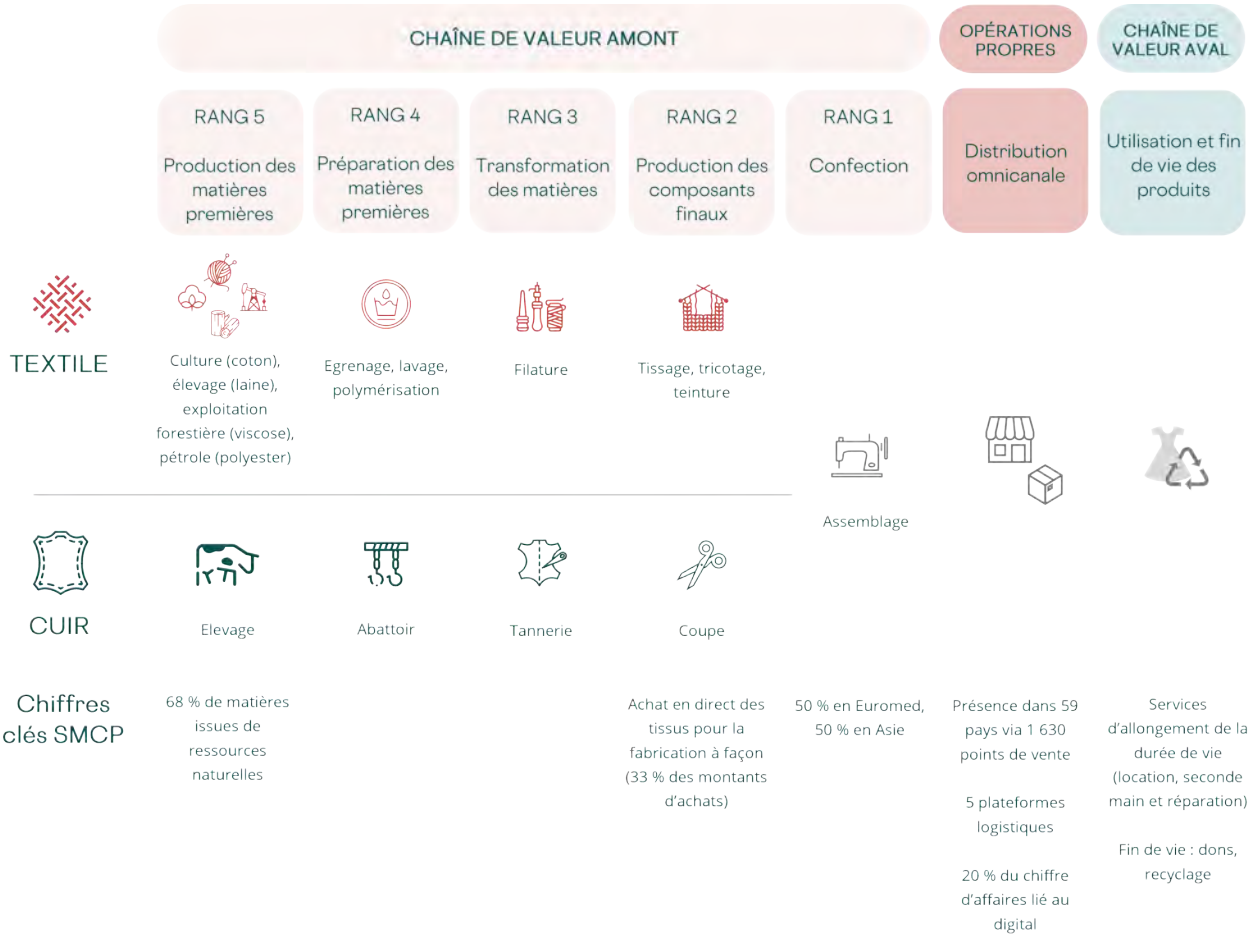
Le Groupe est au service de la dynamique et de la désirabilité des marques - des marques créatives, exigeantes, qui proposent des collections au rapport style-qualité-prix maîtrisé.

Le modèle d'affaires du Groupe est présenté en page 4, sous la forme d'une infographie.

Cette approche graphique permet une appréhension didactique du fonctionnement du Groupe, de ses singularités et des ressources sur lesquelles il peut compter pour générer de la valeur au niveau économique, environnemental, social et sociétal pour ses différentes parties prenantes.

Le fonctionnement de SMCP s'appuie sur un socle créatif, historiquement porté par ses fondatrices et aujourd'hui soutenu par ses ateliers qui conçoivent à Paris des collections de prêt-à-porter et accessoires[1] pour femmes et hommes, mais aussi par une alliance singulière entre achats de produits finis et travail à façon.

L'infographie ci-dessous présente les principales étapes constitutives de la chaîne de valeur du Groupe :



Le groupe SMCP s'attache à développer l'unicité, la responsabilité, le rayonnement de Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac tout en bénéficiant de ressources mutualisées. Sa stratégie repose sur quatre piliers complémentaires, dans lesquels la responsabilité sociétale et environnementale n'est pas un élément à part, mais pleinement intégrée. Elle irrigue chacune des décisions, expertises et pratiques du Groupe.

Plus de détails sur les axes stratégiques adoptés par le Groupe sont disponibles dans le chapitre 1, paragraphe 1.5 « Axes stratégiques ».

(1) Représentant respectivement 90 % et 10 % du chiffre d'affaires.

Intégrer la RSE au cœur du modèle d'affaires

Comme illustré dans le modèle d'affaires, la RSE infuse l'ensemble de la stratégie et constitue l'un des piliers structurants de SMCP.

La stratégie RSE du Groupe s'articule autour de trois piliers, SMCProduct, SMCPlanet et SMCPeople – « 3P », qui s'attachent à répondre aux grands enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux identifiés par le Groupe en cohérence avec ses activités et les attentes de ses parties prenantes.



Cette stratégie se décline au sein des quatre marques du Groupe à travers des feuilles de route annuelles et des objectifs dont les échéances s'échelonnent entre 2025 et 2030. Le tableau ci-après reflète les engagements principaux du Groupe, leur lien avec la stratégie RSE et les enjeux de la CSRD.

Pilier	ESRS	Indicateur clé de performance	2024	2025	Objectif	Année cible	Progrès
SMCProduct	E5	Part des collections à plus faible impact environnemental [1] - *en % de références*	66 %	73 %	100 %	2030	
	E5	Part de matières certifiées[2] utilisées pour la fabrication des produits	54 %	72 %	100 %	2030	
	E5	Part de matières recyclées utilisées pour la fabrication des produits	16 %	23 %	30 %	2030	
	S2	Part de fournisseurs de rang 1 audités socialement	100%	100 %	100 %	Annuel	
	G1	Part des matières naturelles stratégiques[3] dont l'origine pays (culture ou élevage) est connue	-	87 %	100 %	2030	
SMCPlanet	E1	Réduction des émissions de gaz à effet de serre - *Scopes 1, 2 et 3 vs 2022 - objectifs SBTi*	- 20,3 %	- 26,1 %	- 36 %	2030	
	E1	Part de l'aérien dans le transport	28 %	26 %	< 30 %	2030	
	E1	Part d'électricité consommée provenant de sources d'énergie renouvelable	64 %	85 %	100 %	2030	
	E3	Réduction de la consommation d'eau liée à la fabrication des produits - *vs 2023*	- 2,6 %	- 2,1 %	- 10 %	2030	
	E4	Réduction de la surface agricole nécessaire aux approvisionnements du Groupe en matières naturelles - *vs 2023*	- 2,4 %	- 13,3 %	- 20 %	2030	
SMCPeople	S1	Part des femmes au Conseil d'administration/au COMEX de l'entreprise	56/75 %	56/69 %	> 50 %	Annuel	
	S1	Note obtenue à la question « Je recommanderais mon entreprise à un ami pour venir y travailler »	7,3	7,4	⩾ 7,5/10	2027	
	S1	Part des postes de responsables de boutique vacants au cours de l'année et pourvus via la promotion interne	69 %	66 %	⩾ 60 %	Annuel	
	S1	Part des employés en situation de handicap en France	0,88 %	2,10 %	1,8 %	2026	

(1) Sont comptabilisées, les références constituées d'au moins 50 % de matières certifiées.
(2) Le détail des certifications acceptées par le Groupe est disponible dans le paragraphe E5 sous « Réduire la consommation de matières vierges et privilégier les matières certifiées lors de la fabrication ». Les matières recyclées couvertes par une certification (GRS/RCS) liée au recyclage sont incluses dans ce calcul.
(3) Les matières naturelles stratégiques pour le Groupe sont le coton, la laine de mouton et le cuir.

Cette stratégie est relayée à travers l'ensemble des politiques du Groupe : Politique Climatique, Politique biodiversité, eau et réduction des pollutions, Politique bien-être animal, Politique d'utilisation des ressources et d'économie circulaire, Politique Droits Humains, Politique Diversité et Inclusion. Dans un souci de transparence sur les engagements du Groupe, l'ensemble de ces documents est disponible sur le site internet corporate de SMCP. Le Groupe dispose également d'une Politique RH, diffusée en interne auprès des collaborateurs.

L'engagement des collaborateurs étant clé pour parvenir à atteindre les objectifs de sa stratégie RSE, le Groupe s'efforce de partager régulièrement ses avancées et progrès auprès de ses équipes, notamment *via* des communications internes, des actions de sensibilisation ou lors des échanges avec les équipes de Direction.

L'évaluation de la performance du Groupe en matière de RSE repose sur des évaluations externes sollicitées par SMCP et réalisées, d'une part, par le *Carbon Disclosure Project* (CDP) sur la politique climat et, d'autre part, par l'agence de notation extra-financière Sustainalytics sur l'ensemble des sujets ESG (environnement, social, gouvernance).

SMCP a obtenu les résultats suivants au cours des trois dernières années :

Organisme	Description	2023	2024	2025
CDP	Le CDP est une organisation internationale qui encourage les entreprises à mesurer et à publier leurs données environnementales et qui les évalue en fonction de leur performance et de leur transparence	A-	B	A
Sustainalytics	Sustainalytics émet une notation sur les entreprises qui prend en compte à la fois leur exposition aux risques ESG de leur secteur d'activité et leur gestion de ces risques	Low Risk	Low Risk	Low Risk

En 2025, SMCP a maintenu son niveau *Low Risk,* faisant ainsi partie des 19 % d'entreprises analysées par l'agence Sustainalytics les plus performantes (environ 16 000 entreprises évaluées).

Le Groupe a obtenu en 2025 la note A au questionnaire climat du CDP, intégrant ainsi pour la première fois la « A List », qui distingue les 4 % d'entreprises ayant atteint le plus haut niveau de performance en matière de politique climatique.

Par ailleurs, SMCP est signataire du Global Compact de l'ONU. Le Global Compact rassemble des entreprises et des organisations à but non lucratif autour d'enjeux liés à la RSE et au développement durable. Il offre un cadre d'engagement volontaire construit sur la base de dix principes à respecter en matière de droits humains, de droit du travail, d'environnement et de lutte contre la corruption. Il est également mandaté par l'ONU pour accompagner la mise en œuvre d'un Agenda 2030 sur l'appropriation des Objectifs de développement durable (ODD) par le monde économique. L'ensemble des contributions de SMCP aux ODD est à retrouver paragraphe 3.6 Annexes « Tableau de correspondance Objectifs de développement durable de l'ONU ».

À noter enfin que dans le cadre d'une démarche volontaire, la marque Claudie Pierlot a obtenu en 2025, la certification B Corp avec un score de 96 points, pour un minimum de 80 points requis pour être certifié. La certification B Corp atteste de l'engagement volontaire de l'entreprise à respecter des standards élevés en matière de performance sociale et environnementale, de gouvernance et de transparence, au travers d'une évaluation indépendante et reconnue à l'international.

3.1.3.2 INTÉRÊTS ET POINTS DE VUE DES PARTIES PRENANTES (SBM-2)

Les principales parties prenantes du Groupe sont mentionnées ci-dessous avec une synthèse de leurs attentes à l'égard de SMCP et des moyens de dialogue utilisés pour interagir avec elles.



Collaborateurs, partenaires sociaux

ATTENTES	MOYENS DE DIALOGUE
Qualité de vie au travail, formation et développement, rémunération, diversité et inclusion	Communication interne, baromètre interne de satisfaction, entretiens annuels, dialogue social, consultations, conventions collectives

Clients

ATTENTES	MOYENS DE DIALOGUE
Expérience client, produits désirables et de qualité, transparence, communication loyale, bonnes conditions sociales et environnementales de production	Enquêtes de satisfaction, service après-vente, réseaux sociaux, conseillers de vente

Fournisseurs et travailleurs de la chaîne de valeurs

ATTENTES	MOYENS DE DIALOGUE
Relations durables, respect des conditions contractuelles, lignes directrices stables et claires en matière de RSE, santé et sécurité, bonnes conditions de travail	Conditions générales d'achats, charte éthique, code de conduite fournisseurs, rencontres bilatérales, audits, canal d'alerte

Société civile, ONG

ATTENTES	MOYENS DE DIALOGUE
Réduction des impacts sociaux et environnementaux négatifs Création d'impacts positifs	Partenariats, dons, communications externes, échanges directs canal d'alerte

Actionnaires, investisseurs, administrateurs

ATTENTES	MOYENS DE DIALOGUE
Performance financière et extra-financière, Réduction des risques financiers et développement d'opportunités en lien avec les sujets ESG	Conseil d'administration, Assemblée Générale des actionnaires, présentation des résultats, notations ESG, rencontre investisseurs, publication de l'information réglementée

Pouvoirs publics et régulateurs

ATTENTES	MOYENS DE DIALOGUE
Respect de la réglementation Création d'emplois	Veille juridique et suivi des réglementations à venir, implication dans des organismes professionnels, participation à des groupes de travail

Acteurs du secteur de la mode

ATTENTES	MOYENS DE DIALOGUE
Collaboration, mutualisation de moyens, définition de standards volontaires en matière de RSE	Adhésion à des organisations professionnelles : Alliance du Commerce, Fédération de la mode circulaire, LeatherWorkingGroup, participation à des groupes de travail

Ces différents modes d'interaction avec l'ensemble des parties prenantes permettent au Groupe d'être à l'écoute de l'évolution de leurs attentes et d'adapter le cas échéant ses politiques pour y répondre. Le dialogue avec les parties prenantes a permis notamment d'éclairer l'analyse de double matérialité réalisée en 2024. Les informations essentielles issues de celui-ci sont également présentées au Comité RSE du Conseil d'administration.

Les collaborateurs, les travailleurs de la chaîne de valeur amont et les consommateurs sont des parties prenantes centrales dans la stratégie et le modèle économique du Groupe. Il est essentiel pour SMCP de cerner leurs besoins, de recueillir leurs attentes et de disposer des moyens pour y répondre.

En effet, les compétences des 6 323 collaborateurs de SMCP permettent au Groupe et à ses marques d'offrir des collections et des expériences uniques à travers le monde. Répartis entre le réseau de boutiques (82 %), les sièges (15 %) et la logistique (3 %), ces collaborateurs, issus de parcours variés, incarnent la richesse et la singularité du Groupe. Convaincu que leur engagement est essentiel à sa réussite, SMCP prend en compte leurs attentes sur la base des échanges avec les représentants du personnel, de la conclusion d'accords collectifs et de la réalisation d'enquêtes de satisfaction auprès des collaborateurs.

L'importance portée aux collaborateurs se reflète dans la stratégie des ressources humaines (RH), structurée autour de trois axes principaux : la sécurisation des fondamentaux RH, l'adaptation des organisations à la stratégie du Groupe et la volonté d'attraction, de rétention et de développement des talents. Développée dans le paragraphe « Politiques RH (S1-1) », cette stratégie s'appuie sur des politiques, processus et initiatives qui favorisent le bien-être, le développement professionnel et l'inclusion, tout en respectant les droits sociaux et humains des collaborateurs.

Les travailleurs de la chaîne de valeur amont sont les employés des usines avec lesquelles les marques du Groupe collaborent en Europe, dans le bassin méditerranéen et en Asie. La fabrication des collections du Groupe repose sur le savoir-faire de ces travailleurs nécessitant la mise en œuvre de partenariats de long terme entre les marques et leurs fournisseurs. Le respect de conditions de travail décentes et des droits humains par les fournisseurs constitue un élément clé pour prévenir des risques pouvant avoir des conséquences majeures : grèves, baisse de la productivité, atteintes à l'image de marque, ou encore perte de parts de marché en raison de controverses éthiques. La mise à jour en 2024 du code de conduite du Groupe et des conditions générales d'achat a permis de réaffirmer l'importance accordée par SMCP à la santé, la sécurité et aux droits sociaux des personnes travaillant chez ses fournisseurs. À ce jour, SMCP ne dispose pas d'instance formelle de communication avec ces travailleurs. Pour autant, plusieurs moyens permettent au Groupe de rester informé : l'analyse des rapports d'audits qui permet d'identifier des manquements ou des bonnes pratiques, voir paragraphe 3.3.2 « Travailleurs de la chaîne de valeur (S2) », et la consultation des rapports d'ONG portant sur les conditions de travail dans l'industrie textile.

À l'autre bout de la chaîne, les consommateurs jouent un rôle central dans la stratégie du Groupe. Leurs exigences croissantes en matière d'expérience client, de produits désirables et de qualité, de transparence, de communication loyale, d'éthique et de respect des droits humains ainsi que de respect des bonnes conditions sociales et environnementales de production influencent profondément la stratégie du Groupe. Fidèles à leur promesse de diffuser l'élégance parisienne à travers le monde, les marques de SMCP s'attachent à offrir une expérience unique et à répondre aux attentes variées d'une clientèle mixte et internationale. Négliger ces attentes pourrait entraîner des conséquences majeures pour SMCP : perte de fidélité, impact négatif sur la réputation et diminution des performances commerciales. Avec plus de 3,4[1] millions de clients actifs et 7,7 millions de *followers* à travers le monde, SMCP est conscient du poids de leur satisfaction dans sa réussite.

Par ailleurs, la marque Claudie Pierlot dispose d'un Comité de parties prenantes afin d'échanger sur sa stratégie RSE. Ce comité, qui se réunit deux fois par an autour du Directeur Général de la marque. Il est constitué de représentants du *Global Compact* France, de la Fédération de la mode circulaire, de l'Institut français de la mode et d'un fournisseur.

En complément des informations mentionnées ci-dessus, le dialogue avec les parties prenantes s'est aussi concrétisé par les actions suivantes en 2025 :

- réalisation d'une enquête en ligne auprès de 17 000 clients en Europe afin de recueillir leurs perceptions et leurs attentes en matière de RSE, voir section S4, paragraphe « Marketing et communication » ;
- intégration systématique d'informations RSE lors des présentations trimestrielles des résultats financiers ainsi qu'à l'occasion de l'Assemblée générale des actionnaires, afin de garantir l'accessibilité des informations ESG clés aux parties prenantes concernées ;
- lancement d'une plateforme d'engagement à destination des collaborateurs, leur permettant d'identifier des actions solidaires auxquelles s'engager, tout en offrant aux associations un espace pour exprimer et partager leurs besoins ;
- participation à des groupes de travail, sous l'égide des pouvoirs publics, sur l'affichage environnemental ;
- adhésion du Groupe à *l'Initiative for Compliance and Sustainability* (ICS), initiative regroupant de nombreuses entreprises du secteur collaborant pour l'amélioration des conditions de travail et le respect de l'environnement dans leurs chaînes d'approvisionnement, voir paragraphe 3.3.2 « Travailleurs de la chaîne de valeur (S2) ;
- partenariat entre Fursac et l'Institut Français de la Mode (IFM), dans le cadre duquel les étudiants ont travaillé sur l'intégration de matières certifiées dans les costumes, permettant une meilleure compréhension, par les étudiants, des actions RSE engagées par la marque, ainsi que l'identification de solutions innovantes pour la marque.

3.1.3.3 IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS MATÉRIELS ET LEUR LIEN AVEC LA STRATÉGIE ET LE MODÈLE ÉCONOMIQUE (SBM-3)

Les impacts, risques et opportunités (IRO) matériels pour le groupe SMCP sont présentés dans le tableau ci-dessous en lien avec les ESRS, enjeux et périmètres concernés. Le sujet de la traçabilité des chaînes d'approvisionnement, particulièrement sensible dans le secteur de la mode, a été ajouté de façon volontaire par le Groupe et n'est, de ce fait, pas couvert par des exigences de publication d'ESRS. En conformité avec les lignes directrices de la CSRD, les impacts, risques et opportunités mentionnés sont le reflet d'une analyse fondée sur la base des caractéristiques inhérentes au groupe SMCP (secteur d'activité, localisation géographique des employés et des fournisseurs, etc.) sans tenir compte des moyens de contrôle ou de maîtrise mis en place.

(1) Clients ayant réalisé au moins un achat au cours des deux dernières années.

Le tableau ci-dessous présente la liste exhaustive des impacts, risques et opportunités identifiés comme matériels. De plus, afin de faciliter la lecture du document, un rappel des IRO matériels est effectué au niveau de chaque ESRS.

L'actualisation de l'analyse de matérialité réalisée en 2025 a conduit à quelques ajustements mineurs :

- hausse du niveau de matérialité financière des risques liés à la consommation d'eau dans la chaîne d'approvisionnement et la relation avec les fournisseurs du Groupe ;
- ajout d'une nouvelle opportunité liée au thème de l'utilisation des ressources (ESRS E5) ;
- ajout de deux nouveaux impacts positifs liés au développement de l'employabilité des collaborateurs du Groupe (ESRS S1) et à la mise en œuvre d'un programme d'agriculture régénérative pour la production de laine (ESRS E4).

Ces ajouts n'apportent pas de changement aux exigences de publication applicables.

ESRS	Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités
E1 – Changement climatique	Atténuation du changement climatique et adaptation au changement climatique	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : émissions de gaz à effet de serre, notamment lors de la fabrication et du transport des produits commercialisés	• Risque opérationnel : baisse de production des matières premières et perturbation des opérations de transformation dans des pays fortement impactés par le changement climatique entraînant une hausse des coûts de fabrication des produits • Risque réglementaire : mise en place d'une taxe carbone sur les produits textiles en Europe • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques insuffisamment engagées dans la lutte contre le changement climatique conduisant à une baisse de chiffre d'affaires
E1 – Changement climatique	Consommation d'énergie	Chaîne de valeur amont et opérations propres	• Impact négatif : consommation de ressources énergétiques non renouvelables, principalement lors des étapes de transformation des matières premières (filature, teinture, tissage), et dans les sites opérés par le Groupe (boutiques, entrepôts, sièges)	• Risque opérationnel : augmentation des prix de l'énergie conduisant à une augmentation des coûts de fabrication des produits et d'exploitation des sites
E2 – Pollution	Pollution de l'air, de l'eau et des sols	Chaînes de valeur amont et aval	• Impact négatif : émissions et rejets de substances polluantes dans les eaux, l'air et les sols lors des étapes de fabrication des produits et rejets de microfibres plastiques dans l'eau lors du lavage des vêtements en fibres synthétiques • Impact négatif : pollution de l'environnement avoisinant les usines de transformation (ex. : teintureries) pouvant affecter la santé des communautés locales	Non matériel
E3 – Ressources hydriques et marines	Consommation d'eau	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : consommation d'eau lors de la fabrication des produits dans des zones soumises à un stress hydrique, en particulier pour la culture du coton	• Risque opérationnel : augmentation des coûts des matières premières, notamment du coton, liée à la baisse des rendements ; perturbations des processus de production dues aux pénuries d'eau ; hausse du coût de l'eau en raison de sa raréfaction

ESRS	Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités
E4 – Biodiversité et écosystèmes	Préservation de la biodiversité et des écosystèmes	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : dégradation des services écosystémiques liée à l'utilisation de matières premières (changement d'utilisation des terres/fonds marins/zones d'eau douce, exploitation directe de ressources naturelles, changement climatique, pollution) et à leur transformation (exploitation de ressources naturelles, changement climatique, pollution) • Impact positif : préservation et restauration de la biodiversité via le soutien à un programme d'agriculture régénérative	• Risque opérationnel : baisse de rendement des cultures de coton conduisant à une augmentation des coûts en cas de dégradation prononcée des services écosystémiques essentiels à sa production • Risque réglementaire : infraction à la réglementation sur la lutte contre la déforestation • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques insuffisamment engagées pour la protection de la nature
E5 – Utilisation des ressources et économie circulaire	Consommation de matières	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : utilisation de matières premières vierges conduisant à l'épuisement de ressources naturelles (fibres naturelles) ou d'origine non renouvelable (fibres synthétiques). Impacts divers sur l'environnement liés aux matières premières : émissions de GES, pollutions, consommation d'eau, atteinte à la biodiversité	• Risque opérationnel : augmentation des coûts liés à l'achat de matières certifiées • Risque réglementaire : réglementation instaurant un système de bonus/malus sur les produits en fonction de leur degré d'éco-conception • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques insuffisamment engagées en matière d'éco-conception des produits ou jugées responsables d'une production excessive conduisant à une baisse de chiffre d'affaires • Opportunité financière : renforcement de l'image de marque et de l'attractivité commerciale, en réponse aux attentes croissantes des clients et des consommateurs en matière de durabilité
E5 – Utilisation des ressources et économie circulaire	Fin de vie des produits	Opérations propres et chaîne de valeur aval	• Impact négatif : faible taux de collecte des produits en fin de vie se traduisant par l'orientation vers des filières de traitement des déchets non appropriées. Mauvaise recyclabilité des produits	Non matériel
E5 – Utilisation des ressources et économie circulaire	Services de mode circulaire (réparation, location, seconde main)	Opérations propres et chaîne de valeur aval	• Impact positif : prolongation de la durée de vie des produits et réduction de l'utilisation de matières premières	• Risque réputationnel : report d'une part des clients des marques vers l'achat de produits de seconde main sur des plateformes CtoC • Opportunité financière : développement d'un chiffre d'affaires additionnel *via* des services de seconde main, location et réparation. Fidélisation et recrutement de clients grâce à ces nouveaux services

ESRS	Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités
S1 – Personnel de l'entreprise	Développement des talents et gestion des compétences	Opérations propres	• Impact négatif : atteinte au bien-être au travail des collaborateurs en cas d'absence de formations, d'opportunités de développement ou d'accompagnement professionnel • Impact positif : développement du bien-être au travail grâce à la mise en place d'actions en matière de développement des talents et de gestion des compétences • Impact positif : renforcement de l'employabilité des collaborateurs grâce à la formation, aux parcours de carrière et à la mobilité	• Risque opérationnel : baisse du chiffre d'affaires en raison d'une formation du personnel jugée insatisfaisante par les clients
S1 – Personnel de l'entreprise	Rémunération et protection sociale	Opérations propres	• Impact négatif : dégradation du niveau de vie et de la santé des collaborateurs en cas de dispositifs de rémunération et de protection sociale insuffisants	• Risque opérationnel : augmentation des coûts liés à des mesures de hausse salariale ou d'amélioration du niveau de protection sociale des collaborateurs
S1 – Personnel de l'entreprise	Santé, sécurité et qualité de vie au travail	Opérations propres	• Impact négatif : dégradation de la santé mentale et atteinte à l'intégrité physique des collaborateurs en cas de mauvaises conditions de travail et d'un dispositif défaillant de prévention des risques santé/sécurité • Impact positif : développement du bien-être au travail pour les collaborateurs bénéficiant des politiques sociales du Groupe (handicap, parentalité, salariés aidants, etc.)	• Risque réputationnel : difficultés d'attraction et de rétention des collaborateurs en lien avec un engagement trop faible en matière de santé, sécurité et qualité de vie au travail
S1 – Personnel de l'entreprise	Dialogue social	Opérations propres	• Impact négatif : atteinte aux libertés fondamentales des collaborateurs en cas de dialogue social défaillant	Non matériel
S1 – Personnel de l'entreprise	Diversité et inclusion	Opérations propres	• Impact négatif : atteinte aux droits humains des collaborateurs en cas de pratiques discriminatoires	Non matériel
S2 – Travailleurs de la chaîne de valeur	Respect des droits humains, santé et sécurité	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : atteinte aux droits humains, à la santé et à l'intégrité physique du personnel employé par les fournisseurs	• Risque réglementaire : infraction aux réglementations sur le devoir de vigilance • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques accusées d'infractions aux droits humains chez leurs fournisseurs conduisant à une baisse de chiffre d'affaires

ESRS	Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités
S4 – Consommateurs	Marketing responsable	Chaîne de valeur aval	• Impact négatif : promotion de produits ou de pratiques causant des atteintes à l'environnement ou aux droits humains	• Risque réglementaire : infraction aux réglementations sur les allégations trompeuses ou erronées • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques accusées de pratiques marketing non responsables (*greenwashing*, allégations mensongères, communication stigmatisante, etc.) conduisant à une baisse de chiffre d'affaires
S4 – Consommateurs	Protection de la vie privée	Chaîne de valeur aval	• Impact négatif : atteinte à la vie privée pouvant conduire à être victime d'actions malveillantes en cas de fuites de données personnelles	• Risque réglementaire : infraction aux réglementations sur la protection des données personnelles • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques ne sécurisant pas leurs données personnelles conduisant à une baisse de chiffre d'affaires
S4 – Consommateurs	Santé et sécurité en lien avec l'utilisation des produits	Chaîne de valeur aval	• Impact négatif : atteinte à la santé ou la sécurité des clients liée à l'utilisation de produits ne respectant pas les normes en la matière (ex. : substances chimiques)	Non matériel
G1 – Conduite des affaires	Éthique des affaires	Chaîne de valeur amont et opérations propres	• Impact négatif : atteinte à l'état de droit et développement des inégalités en raison de pratiques de corruption	• Risque réglementaire : infraction aux réglementations de lutte contre la corruption
G1 – Conduite des affaires	Relations avec les fournisseurs et sous-traitants	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : difficultés économiques chez les fournisseurs et sous-traitants en cas de pratiques abusives de la part du Groupe	• Risque opérationnel : augmentation des coûts en cas d'évolution du parc de fournisseurs stratégiques (détérioration des relations, difficultés ou nouveau sourcing)
G1 – Conduite des affaires	Cybersécurité et protection des données personnelles	Opérations propres et chaîne de valeur aval	• Impact négatif : atteinte à la vie privée pouvant conduire à être victime d'actions malveillantes en cas de fuites de données personnelles concernant les collaborateurs ou les clients	• Risques opérationnels : perturbations des systèmes d'information en cas de cyberattaques conduisant à des coûts additionnels pour rétablir une situation normale et une baisse de chiffre d'affaires si les systèmes de commandes ou d'encaissement sont impactés • Risque réglementaire : infraction aux réglementations sur la protection des données personnelles • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques ne sécurisant pas leurs données personnelles conduisant à une baisse de chiffre d'affaires

ESRS	Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités
G1 – Conduite des affaires	Bien-être animal	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : souffrance animale lors de l'élevage ou de l'abattage en lien avec des matières utilisées dans les collections du Groupe (laine, cuir)	Non matériel
G1 – Conduite des affaires	Traçabilité	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : dommages causés à l'environnement et/ou atteinte aux droits humains par des fournisseurs directs et indirects du Groupe en lien avec un manque de connaissance des acteurs impliqués dans les différentes étapes de fabrication des produits	• Risque réglementaire : incapacité à se conformer à des réglementations nécessitant de connaître l'ensemble des étapes de fabrication des produits (ex. : déforestation, devoir de vigilance, loi AGEC)

La stratégie et le modèle économique de SMCP sont conçus pour être résilients face aux enjeux de durabilité et s'adapter aux attentes croissantes des parties prenantes.

Le Groupe a mis en place des politiques visant à réduire les impacts négatifs sur l'environnement, les collaborateurs et sa chaîne de valeur. Les plans d'actions correspondants sont suivis et contrôlés dans le cadre de la stratégie globale de SMCP et plus particulièrement *via* le prisme de sa stratégie RSE.

En matière de risques, SMCP identifie et intègre les enjeux de durabilité dans son plan de gestion des risques Groupe, s'assurant ainsi que ses mesures d'atténuation sont adaptées et efficaces. Cette démarche réduit les risques juridiques tout en protégeant le Groupe contre les interruptions potentielles de ses activités et en consolidant la confiance des investisseurs et partenaires.

Parallèlement, SMCP capitalise sur les opportunités offertes par la transition vers des pratiques plus durables et l'évolution des attentes des consommateurs. En élargissant ses gammes de produits plus responsables et en lançant de nouveaux services pour renforcer la circularité de son offre, le Groupe s'adapte aux dynamiques du marché tout en renforçant la désirabilité de ses marques. Cette capacité à anticiper et répondre aux nouvelles tendances permet à SMCP de maintenir un modèle économique résilient, moins dépendant des fluctuations des ressources et mieux préparé aux changements structurels de son secteur.

Le détail sur les interactions entre d'une part les impacts, risques et opportunités et, d'autre part, la stratégie et le modèle économique du Groupe est disponible dans les paragraphes suivants :

- Changement climatique – E1 : paragraphe 3.2.1 ;
- Biodiversité – E4 : paragraphe 3.2.4 ;
- Personnel de l'entreprise – S1 : paragraphe 3.3.1 ;
- Travailleurs de la chaîne de valeur – S2 : paragraphe 3.3.2 ;
- Consommateurs – S4 : paragraphe 3.3.3.

3.1.4 Gestion des impacts, risques et opportunités (IRO)

3.1.4.1 DESCRIPTION DES PROCÉDURES D'IDENTIFICATION ET D'ÉVALUATION DES IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS MATÉRIELS (IRO-1)

En s'appuyant sur la méthodologie présentée dans l'ESRS 1, SMCP a actualisé son analyse de double matérialité, dans le but d'identifier les sujets environnementaux, sociaux, et de gouvernance liés à son activité, pouvant être qualifiés de matériels du point de vue de leurs impacts et/ou des risques et opportunités (IRO) financières qu'ils représentent. Cette analyse a *in fine* permis d'identifier les données que le Groupe devrait publier dans son rapport de durabilité.

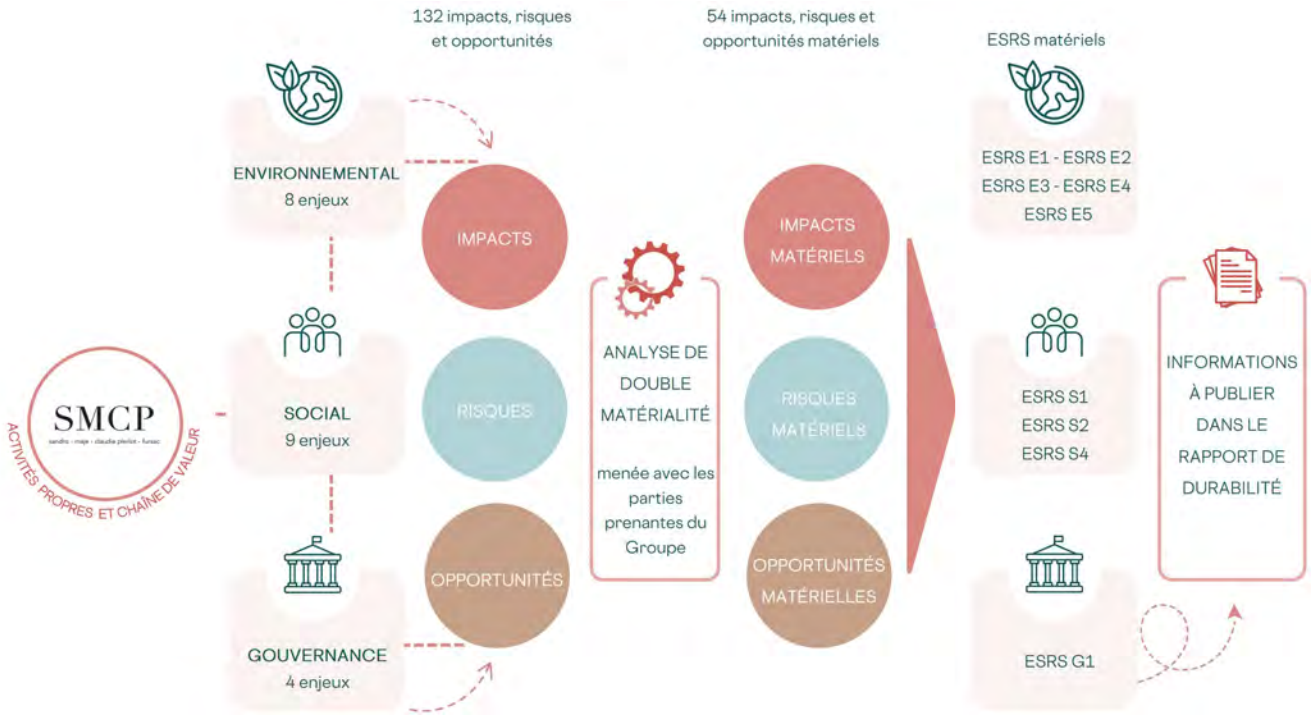
L'analyse de double matérialité a été initialement réalisée en 2024 avec l'aide d'un cabinet de conseil spécialisé et revue en 2025 par un groupe de travail interne constitué de la Directrice des Ressources Humaines, le Directeur Financier, la Directrice de l'audit, du contrôle interne et de la conformité, la Directrice des projets de transformation finance, le Directeur RSE et le Directeur de la production de Maje. La version actualisée de la matrice a aussi été présentée aux membres des comités d'audit et RSE dans le cadre d'ateliers de travail dédiés avant d'être validée par le Comité d'audit et le Conseil d'administration.

L'exercice de double matérialité a été réalisé selon une méthodologie en trois étapes :

1) identification des enjeux ESG propres à SMCP et à sa chaîne de valeur et déclinaison en impacts (négatifs/positifs, actuels/potentiels), risques et opportunités ;

2) évaluation de la matérialité d'impact et de la matérialité financière des IRO, c'est-à-dire de leur importance au vu des activités du Groupe ;

3) consolidation et validation des résultats de l'analyse de double matérialité pour identification des obligations de reporting du Groupe.



Identification des enjeux ESG et des impacts, risques et opportunités (IRO)

Dans un premier temps, SMCP a identifié une liste d'enjeux ESG, liés à son secteur d'activité, à son modèle d'affaires et à sa stratégie de développement à court, moyen et long termes.

Cette liste a ensuite été croisée avec les thématiques et sous-thématiques de l'AR-16 d'ESRS 1 proposées par l'EFRAG, afin d'assurer l'exhaustivité des sujets ESG couverts par l'entreprise.

Une fois cette liste de 21 enjeux définis, les impacts, risques et opportunités ont été identifiés *via* l'approche suivante : pour chaque enjeu ESG identifié, le Groupe s'est questionné sur les impacts, risques et opportunités qui y étaient associés. Le cadre d'analyse a notamment porté sur les aspects suivants :

- impacts négatifs ou positifs, actuels ou potentiels sur l'environnement, les droits humains, la santé et la sécurité ;
- risques ou opportunités financières liés à la réglementation, à l'engagement des collaborateurs, aux opérations, aux comportements des clients, aux attentes des banques et des investisseurs.

De la même manière que pour l'identification des enjeux ESG, cette déclinaison s'est appuyée sur les spécificités du Groupe et de ses marques. Les dépendances aux ressources naturelles ou aux fournisseurs ont aussi été prises en compte dans cette analyse. Par ailleurs, l'intégralité de la chaîne de valeur de l'entreprise ainsi que l'ensemble des géographies dans lesquelles le Groupe opère ont bien été considérées dans l'approche d'identification des IRO. La liste des impacts, risques et opportunités a été établie en capitalisant sur des documents stratégiques existants, et en lien avec le comité de pilotage CSRD.

Évaluation de la matérialité des IRO

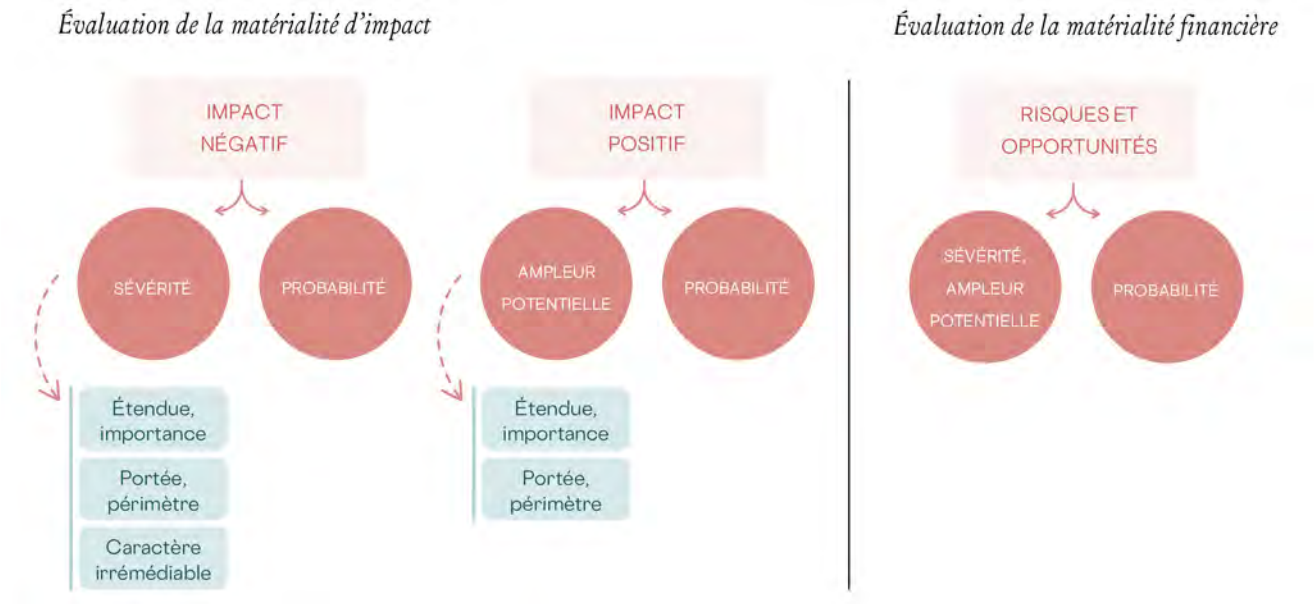
Après avoir défini les enjeux ESG prioritaires pour le Groupe et les IRO associés, une dizaine d'ateliers de cotation ont été organisés avec des parties prenantes internes, telles que des membres du Conseil d'administration et du Comité exécutif, des Directeurs commerciaux, de production, financiers ou des ressources humaines. Le point de vue des parties prenantes externes a été recueilli *via* la consultation d'études publiées par des ONG, des organisations sectorielles ou des instances publiques et la réalisation d'entretiens avec des représentants du secteur bancaire.

Les personnes consultées ont été invitées à évaluer l'importance des impacts, risques et opportunités pour les différents enjeux ESG en fonction de critères communs et d'une échelle de notation allant de 1 à 4, détaillés dans l'infographie ci-dessous :

À la suite du premier exercice de notation en 2024, en cas de divergence, la décision de cotation finale a été prise lors d'ateliers de revue de cohérence par l'équipe projet et le comité de pilotage en veillant à s'assurer d'un alignement avec les résultats de la cartographie des risques du Groupe.

La prise en compte des attentes des parties prenantes externes a été renforcée en 2025 avec la réalisation d'une enquête auprès des clients des quatre marques du Groupe en France, en Italie, en Espagne, en Allemagne et au Royaume-Uni. Plus de 17 000 réponses ont ainsi permis d'identifier les priorités des clients en matière de RSE, ainsi que leur perception de la performance des marques sur ces enjeux. Cette analyse consolide les principaux enseignements de 2024 et révèle une opportunité additionnelle liée à l'intérêt croissant des clients pour l'intégration de matières certifiées dans les produits.

Pour évaluer les différents IRO, la méthodologie suivante a été utilisée :



Consolidation et validation des résultats de l'analyse de double matérialité pour identification des obligations de reporting du groupe SMCP

Le Groupe a décidé d'adopter une méthodologie selon laquelle :

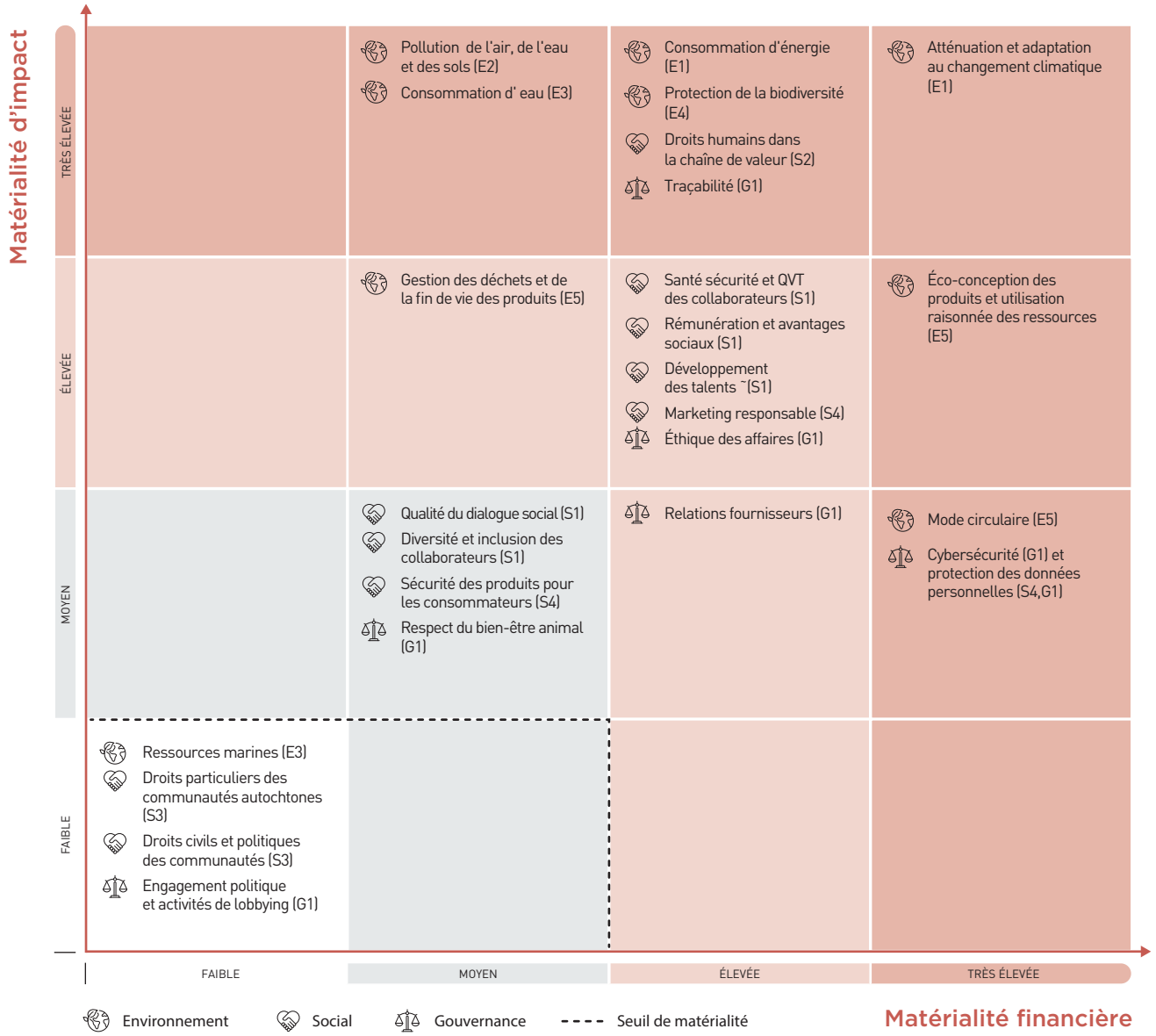
- en cohérence avec la CSRD, la cotation est le reflet de la vision « brute » de la matérialité et ne prend donc pas en compte les mesures d'atténuations mises en place par SMCP ;
- chaque IRO a été évalué à l'aune de l'horizon de temps jugé le plus pertinent dans le respect des horizons fixés par l'EFRAG dans l'ESRS 1 ;
- la présence d'un seul IRO matériel implique la matérialité de l'enjeu associé ;
- si plusieurs IRO sont matériels, alors la cotation qui est retenue pour l'enjeu associé est la plus élevée parmi les différents IRO matériels.

Les seuils de matérialité retenus sont les suivants :

- le seuil de matérialité d'impact a été fixé à « supérieur ou égale à 2 » par le comité de pilotage. Ce qui signifie que l'ensemble des impacts négatifs et positifs dont la cotation est supérieure ou égale à 2 sont considérés comme matériels ;
- le seuil de matérialité financière a été fixé à « supérieur ou égale à 3 » par le comité projet. Ce qui signifie que l'ensemble des risques et opportunités dont la cotation est supérieure ou égale à 3 est considéré comme matériel. Ce seuil a été fixé sur la base du chiffre d'affaires et est aligné avec la méthodologie de cotation des risques du Groupe.

Le tableau présentant la liste exhaustive des impacts, risques et opportunités identifiés comme matériels est disponible dans le paragraphe 3.1.3.3 « Impacts, risques et opportunités importants et leur lien avec la stratégie et le modèle économique (SBM-3) ».

Le résultat de l'évaluation est présenté dans la matrice de double matérialité ci-après :



Il en découle 21 enjeux ESG considérés comme matériels pour le groupe SMCP.

Le groupe SMCP a fait le choix de faire figurer les enjeux jugés non matériels sur la matrice afin de démontrer l'exhaustivité de traitement des sujets ESG.

Une revue de cohérence de cette matrice est effectuée chaque année. Une revue approfondie sera réalisée tous les trois ans.

3.1.4.2 EXIGENCES DE PUBLICATION AU TITRE DES ESRS COUVERTES PAR LE RAPPORT DE DURABILITÉ DE L'ENTREPRISE (IRO-2)

Le présent rapport de durabilité répond aux exigences de la *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD) telles que présentées dans la directive 2013/34/UE du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne les normes d'information en matière de durabilité.

Ce rapport se veut être le reflet des politiques, plans d'action et indicateurs clés mis en place par le Groupe pour soutenir son engagement ESG et répondre aux attentes de ses différentes parties prenantes. Le tableau des exigences de publication du DP 56 d'ESRS 2 IRO-2 est disponible dans le paragraphe 3.5.1 « Exigences de publication au titre des ESRS couvertes par le rapport de durabilité de l'entreprise (IRO-2) ».

3.1.4.3 CONTRÔLE INTERNE

En 2025, le département du contrôle interne s'est concentré sur les points suivants :

- participation à l'actualisation de la double matérialité afin de maintenir une cohérence avec l'analyse des risques Groupe ;
- démarrage des travaux sur les contrôles clefs permettant la vérification des données publiées dans le rapport de durabilité ;
- mise en place d'un référentiel d'auto-évaluation Groupe afin de vérifier l'alignement et la conformité des exigences de la stratégie RSE Groupe avec un déploiement au niveau des marques et des différentes régions.

3.2 Informations environnementales

La stratégie environnementale de SMCP est impulsée par le Conseil d'administration et le Comité exécutif, et pilotée par la Direction RSE du Groupe. La fabrication des produits est responsable de la grande majorité des impacts environnementaux générés par l'activité du Groupe (émissions de gaz à effet de serre, pollutions, consommation d'eau et de ressources, biodiversité, déchets) nécessitant un fort niveau de coordination entre le Groupe et les marques. Un comité réunit ainsi chaque mois, autour de la Direction RSE, les Directions production de Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac afin de suivre le déploiement des politiques en lien avec les objectifs environnementaux de SMCP. Ces politiques sont déployées au sein des marques par les Directions production qui s'assurent de leur mise en œuvre auprès des équipes en charge de la création et du développement des produits ainsi que des fournisseurs. Au total, au niveau du Groupe et ses marques, 10 ETP (équivalents temps plein) travaillent sur les sujets environnementaux. Pour garantir le bon déploiement de sa stratégie, le Groupe mesure ses progrès grâce au suivi et au pilotage de divers indicateurs présentés dans les sections suivantes. Il s'engage également à communiquer ses avancées via son site internet ou ce rapport.

3.2.1 Changement climatique [E1]

IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS MATÉRIELS LIÉS AU CHANGEMENT CLIMATIQUE (IRO-1) ET LEUR INTERACTION AVEC LA STRATÉGIE ET LE MODÈLE ÉCONOMIQUE (SBM-3)

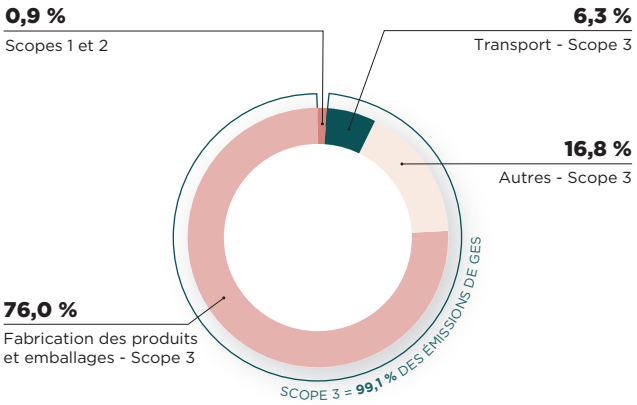
Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités	Politiques et actions de gestion des impacts, risques et opportunités
Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : émissions de gaz à effet de serre lors de la fabrication et du transport des produits commercialisés	Risques physiques • Risque opérationnel : baisse de production des matières premières et perturbation des opérations de transformation dans des pays fortement impactés par le changement climatique entraînant une hausse des coûts de fabrication des produits Risques de transition • Risque réglementaire : mise en place d'une taxe carbone sur les produits textiles en Europe • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques insuffisamment engagées dans la lutte contre le changement climatique conduisant à une baisse de chiffre d'affaires	• Objectifs de réduction en valeur absolue des émissions de GES (scopes 1, 2 et 3) s'inscrivant dans une trajectoire 1,5 °C et trajectoire 2050 "net zéro" validés par le SBTi. Principaux axes de la stratégie climat : • Achat d'électricité issue de sources d'énergie renouvelable et réduction de la consommation d'énergies des sites • Réduction de la consommation d'énergie et décarbonation du mix énergétique des fournisseurs • Diminution de la part du transport aérien • Certification des matières premières • Développement des matières premières recyclées
Chaîne de valeur amont et opérations propres	• Impact négatif : consommation de ressources énergétiques non renouvelables, principalement lors des étapes de transformation des matières premières (filature, teinture, tissage), et dans les sites opérés par le Groupe (boutiques, entrepôts, sièges)	• Risque opérationnel : augmentation des prix de l'énergie conduisant à une augmentation des coûts de fabrication des produits et d'exploitation des sites	

Analyse des impacts, risques et opportunités

Les impacts des activités de SMCP sur le changement climatique sont évalués sur la base des résultats de l'empreinte carbone du Groupe réalisée chaque année depuis 2022 suivant la méthodologie du *GHG Protocol* classifiant les émissions en trois périmètres ou « *scopes* ». Ces derniers mettent notamment en évidence que les émissions indirectes (scope 3) représentent, en 2025, 99,1 % des émissions de gaz à effet de serre (GES) du Groupe et que 76 % des émissions sont liées à la fabrication des produits. Le reporting carbone permet d'identifier les principaux postes d'émission avec un détail au niveau des matières et des différents procédés de fabrication.

Le scope 1 correspond aux émissions générées par la consommation de gaz pour le chauffage, d'essence pour les véhicules de fonctions et aux fuites de fluides frigorigènes des installations de climatisation. Le scope 1 représente 0,19 % des émissions du Groupe. Le scope 2 correspond à la consommation d'électricité et de vapeur des sièges, entrepôts, boutiques, et représente 0,68 % des émissions du Groupe.

Répartition de l'empreinte carbone 2025 de SMCP



Le Groupe a réalisé en 2024 une analyse des risques physiques et de transition, à horizons 2030 et 2050, liés au changement climatique. Cette analyse n'a pas nécessité de mise à jour en 2025. Les risques matériels identifiés dans ce cadre sont présentés dans le tableau ci-dessous :

Risques physiques	Risques de transition
• Risques opérationnels : baisse de production des cultures de coton dans le monde et perturbation des opérations de transformation dans des pays d'Asie et d'Afrique du Nord liés à la recrudescence de risques aigus (inondation, vague de chaleur) et de risques chroniques (baisse de la productivité en raison de la chaleur, précipitations abondantes, sécheresse), entraînant une hausse des coûts de fabrication des produits	• Risque réglementaire : mise en place d'une taxe carbone sur les produits textiles en Europe • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques insuffisamment engagées dans la lutte contre le changement climatique conduisant à une baisse de chiffre d'affaires • Risque opérationnel : augmentation des prix de l'énergie conduisant à une augmentation des coûts de fabrication des produits et d'exploitation des sites

Types de risques considérés dans le cadre de l'analyse [1]

RISQUES PHYSIQUES	RISQUES DE TRANSITION	
	Réglementations	Marchés
Aigus		
• Augmentation de l'intensité et de la fréquence des événements extrêmes : - cyclones - ouragans - inondations *(causes de dommages sur les installations, de réductions des capacités de production…)*	• Augmentation du prix des émissions de GES • Renforcement des obligations de reporting • Réglementations sur les produits et services existants	• Modification des comportements des consommateurs • Incertitude des signaux du marché • Augmentation du coût des matières premières
Chroniques	**Technologies**	**Réputation**
• Modification des régimes de précipitations et augmentation de leur variabilité • Augmentation des températures moyennes • Augmentation du niveau des mers *(causes de dommages sur les installations, d'augmentations des coûts d'exploitation, impacts sur la productivité des salariés…)*	• Substitution de produits et services existants par des options moins émissives • Investissement infructueux dans de nouvelles technologies • Coût initiaux de développement de nouvelles technologies bas-carbone	• Modification des préférences des consommateurs • Stigmatisation d'un secteur • Augmentation des commentaires négatifs des parties-prenantes

Les risques physiques résultent des évolutions du climat, notamment de la fréquence et de la gravité accrues d'événements météorologiques comme les inondations, les sécheresses et les tempêtes, et de la détérioration des écosystèmes en raison du déclin des insectes pollinisateurs et de la déforestation.

Les risques de transition se concentrent sur les conséquences financières pour l'entreprise d'une transformation de l'économie vers un monde bas-carbone.

L'analyse de risques a été réalisée sur la base d'études et de l'outil en libre accès *Climate Impact Explorer* du *Network for Greening the Financial System (NGFS)*.

Une sélection d'indicateurs a été effectuée sur l'outil *Climate Impact Explorer* afin de couvrir un éventail représentatif de risques « aigus » (événements extrêmes, tels que la sécheresse, les inondations et les tempêtes) et « chroniques » (changements graduels comme la hausse des températures, le taux d'humidité ou la fréquence des précipitations).

La sélection s'est aussi attachée à retenir des indicateurs pertinents au regard des matières premières et des procédés de transformation utilisés pour la fabrication des produits vendus par les marques du Groupe ainsi que de la localisation des sites du Groupe (sièges, magasins, entrepôts).

L'analyse s'est effectuée au niveau du pays, à l'exception de quatre pays pour lesquels une analyse régionale complémentaire a été réalisée (Chine, États-Unis, Inde, Turquie). Les pays sélectionnés correspondent aux principales zones d'implantation des fournisseurs des marques de SMCP identifiées à l'aide de l'outil de traçabilité (voir paragraphe 3.4.3 « Traçabilité »).

(1) Source : I4CE, adapté de TCFD (2016), Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosure.

SCÉNARIOS CONSIDÉRÉS DANS L'ANALYSE DE RISQUES

Risques	Scénarios
Risques physiques	• RCP [1] 2.6/scénario de développement durable (correspondance SSP1-2.6) : les concentrations de CO_2 dans l'atmosphère se stabiliseraient autour de 450 ppm d'ici à 2100, entraînant une augmentation moyenne de la température globale d'environ 1,5 à 2 °C ; • RCP 4.5/scénario intermédiaire (correspondance SSP2-4.5) : les concentrations de CO_2 atteindraient environ 650 ppm d'ici à 2100, avec une augmentation moyenne de la température globale d'environ 2,5 à 2,9 °C ; • RCP 8.5/développement basé sur les énergies fossiles (correspondance SSP5-8.5) : les concentrations de CO_2 dépasseraient 1 000 ppm d'ici à 2100, avec une augmentation moyenne de la température globale à + 4 °C.
Risques de transition	NGFS scénarios : • « *Net zero 2050* » : scénario ambitieux qui limite le réchauffement de la planète à 1,5 °C grâce à des politiques climatiques strictes et à l'innovation, pour atteindre des émissions nettes de CO_2 nulles aux alentours de 2050. Ce scénario suppose que des politiques climatiques ambitieuses soient introduites immédiatement. Les risques de transition pour l'économie pourraient résulter de tarifications carbone élevées en croissance progressive continue, et d'une sensibilisation importante des consommateurs au changement climatique et à ses conséquences ; • « *Delayed transition* » : ce scénario suppose que les émissions annuelles mondiales ne diminuent pas avant 2030. Des politiques fortes sont alors nécessaires pour limiter le réchauffement à moins de 2 °C. Les émissions dépassent temporairement le budget carbone et diminuent plus rapidement que dans le scénario « Bien en deçà de 2 °C » après 2030, afin de garantir une probabilité de 67 % de limiter le réchauffement planétaire en deçà de 2 °C. Les risques de transition et les risques physiques sont plus élevés que dans le scénario « *Net Zero 2050* » ; • « *Current policies* » : ce scénario se limite aux politiques actuellement mises en œuvre, ce qui entraîne des risques physiques élevés. Les émissions augmentent jusqu'en 2080, entraînant un réchauffement d'environ 3 °C. La tarification carbone est faible, la sensibilisation des consommateurs et la demande en produits durables sont limitées.

(1) *Representative Concentration Pathway*. Dénomination de scénarios établie par le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat. Un scénario *RCP* permet de modéliser le climat futur.

Résilience de la stratégie du Groupe au changement climatique

Au regard des risques physiques et de transition matériels pour le Groupe et des politiques mises en œuvre pour y remédier, la résilience de la stratégie de SMCP et de son modèle économique aux effets du changement climatique est jugée satisfaisante.

Les risques physiques concernant l'approvisionnement en coton ou la perturbation des opérations des usines de fabrication augmentent en fonction du niveau de réchauffement et de concentration de gaz à effet de serre dans l'atmosphère en 2030 et 2050 (ex. : scénario RCP 8.5). Toutefois, ces risques peuvent être maîtrisés par le Groupe dans le cadre de politiques d'adaptation au changement climatique, *via* la diversification de ses sources d'approvisionnement en coton ou la flexibilité dont il peut faire preuve dans la sélection de ses fournisseurs.

Les matières et les savoir-faire utilisés pour la fabrication des produits ne sont en effet pas liés à des zones géographiques immuables ou à des fournisseurs exclusifs. Par ailleurs, le Groupe poursuit une stratégie de développement des matières recyclées d'ici à 2030 (voir paragraphe 3.2.5 « Utilisation des ressources et économie circulaire (E5) ») qui permettra de réduire les effets des variations de rendement des récoltes liées à des phénomènes climatiques.

Les risques réglementaires et réputationnels liés à la transition climatique sont importants selon certains scénarios étudiés (scénarios « *Net zero* 2050 » et « *delayed transitions* » du *Network of Central Banks and Supervisors for Greening the Financial System*). Les politiques mises en œuvre pour réduire l'empreinte carbone du Groupe et s'inscrire dans une trajectoire de réduction 1,5 °C des émissions de gaz à effet de serre générées par son activité apparaissent à date comme des réponses appropriées pour gérer ce risque.

Les analyses menées à ce stade n'ont pas montré d'impacts significatifs sur les états financiers du Groupe. Le *business plan* du Groupe est effectué conjointement entre les départements finance et RSE afin de s'assurer que les hypothèses qui sous-tendent la trajectoire carbone sont bien intégrées dans les prévisions financières (notamment en ce qui concerne les volumes de production, le coût des matières certifiées, les hypothèses de chiffre d'affaires de l'économie circulaire, ou encore de modalités de transport des produits). L'application de cette méthode n'a pas conduit à une variation significative des projections de rentabilité du Groupe.

PLAN DE TRANSITION POUR L'ATTÉNUATION DU CHANGEMENT CLIMATIQUE (E1-1), INCLUANT LES POLITIQUES (E1-2) ET LES OBJECTIFS (E1-4)

Le groupe SMCP dispose depuis 2023 d'un plan de transition pour l'atténuation du changement climatique défini dans le cadre de la validation de ses objectifs de réduction de son empreinte carbone à horizon 2030 par l'initiative *Science Based Targets initiative* (SBTi). Ces objectifs, validés en 2024 par le SBTi, sont conformes avec une trajectoire 1,5°C, soit l'ambition de réduction la plus ambitieuse définie par les accords de Paris sur le climat de 2015.

En 2025, les objectifs de neutralité carbone du Groupe à horizon 2050 ont également été validés par le SBTi.

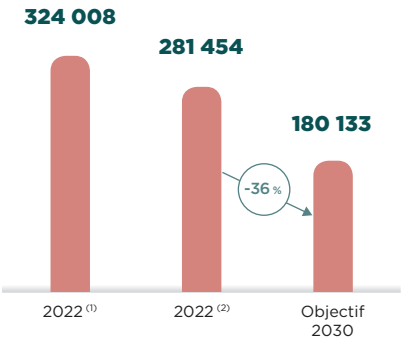
DÉTAIL DES OBJECTIFS SBTI DE RÉDUCTION DE L'EMPREINTE CARBONE DE SMCP

	Objectifs court terme "trajectoire 1,5°C" (2022 à 2030)	Objectifs long terme "net zéro" (2022 à 2050)
Scope 1 et 2 (*market-based*)	- 50 %	- 90 %
Scope 3	• - 42,5 % pour les émissions « non-FLAG [1] » en lien avec la production et le transport des produits ; • - 30,3 % pour les émissions « FLAG [2] » (*Forest, Land and Agriculture*) en lien avec la production et le transport des produits.	• - 90% pour les émissions « non-FLAG » du scope 3 • - 72% pour les émissions « FLAG » du scope 3

(1) Les émissions non-FLAG correspondent aux émissions de gaz à effet de serre générées par les activités du Groupe hors agriculture, foresterie et changement d'usage des sols ; elles incluent notamment les émissions liées à l'énergie, aux procédés industriels, au transport, aux bâtiments et aux achats de biens et services.
(2) Les émissions FLAG correspondent notamment aux émissions de gaz à effet de serre liées à la production des matières premières naturelles (culture du coton, élevage pour la laine et le cuir, forêts pour la production de la viscose principalement).

Conformément à la méthodologie du SBTi, l'objectif de réduction des émissions de GES de SMCP à 2030 considère uniquement les postes d'émission du scope 3 les plus significatifs pour déterminer les émissions de l'année de référence. Les politiques de réduction de l'empreinte carbone concernent ainsi les émissions du scope 1 et du scope 2 et les émissions du scope 3 liées à la production et au transport des produits (incluant les emballages) commercialisés par les marques du Groupe, représentant 88 % du total des émissions. Au global, l'objectif de réduction des émissions absolues de GES du Groupe sur ce périmètre est de – 36 %.

Objectif 2030 de réduction de l'empreinte carbone (tCO_2e)



(1) Émissions totales
(2) Émissions considérées pour les objectifs de réduction (Scopes 1 et 2, fabrication des produits, emballages et transport)

Pour suivre sa trajectoire carbone, le Groupe met en place des plans d'action annuels et se fixe des objectifs annuels de réduction pris en compte dans le dispositif de rémunération variable des membres des comités de direction.

La prise en compte des intérêts des parties prenantes dans la fixation des objectifs climatiques du Groupe a été assurée par les échanges avec le SBTi qui rassemble différentes organisations internationales : le *Carbon Disclosure Project* (CDP), le Pacte mondial des Nations Unies, le *World Resources Institute* (WRI) et le *World Wide Fund for Nature* (WWF).

Le plan de transition climatique a été élaboré en concertation avec différentes directions du Groupe (Direction production de chaque marque, Direction financière, Direction *supply chain*, Direction RSE) et a été validé par le Comité climat et le Conseil d'administration. Il est intégré à la stratégie de l'entreprise et pris en compte dans les *business plans*. Les résultats des politiques de réduction de l'empreinte carbone du Groupe sont suivis par le Comité RSE du Conseil d'administration et sont présentés lors de l'Assemblée générale des actionnaires et à l'occasion de la publication des résultats financiers.

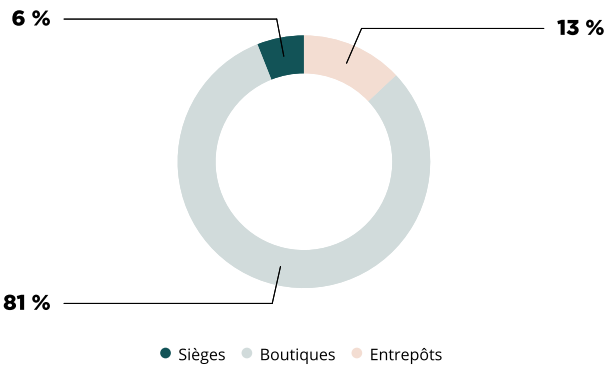
La Politique de réduction de l'empreinte carbone à 2030 concerne principalement le scope 3 des émissions de GES de SMCP et reposent sur trois axes de travail majeurs :

- l'amélioration de l'efficacité énergétique et le passage à de l'électricité d'origine renouvelable dans les sites opérés par le Groupe ;
- la réduction de l'impact des produits commercialisés, en travaillant à la fois sur l'approvisionnement en matières premières et sur la décarbonation du mix énergétique des étapes de transformation les plus consommatrices d'énergie, tout en veillant à produire au plus juste de façon à réduire les invendus ;
- la réduction de la part du fret aérien dans le transport des marchandises.

Sites opérés par le Groupe

Les émissions de GES des scopes 1 et 2 sont essentiellement liées à la consommation d'énergie des boutiques, sièges et entrepôts de SMCP. L'électricité représente 90 % de la consommation d'énergie des sites du Groupe. Par ailleurs, 81 % de la consommation d'énergie est liée à l'activité des boutiques qui utilisent de l'électricité pour l'éclairage, la climatisation et le chauffage.

Répartition de la consommation d'énergie par type de sites



L'atteinte de l'objectif de réduction de 50 % des émissions des scopes 1 et 2 entre 2022 et 2030 repose sur deux principaux leviers d'action :

- la réduction de la consommation d'énergie des sites, et en particulier des boutiques, passant par l'installation d'équipements d'éclairage et de climatisation à faible consommation d'énergie lors des rénovations et des ouvertures ;
- l'achat d'électricité bénéficiant d'une garantie d'origine renouvelable afin d'atteindre 100 % de la consommation d'électricité du Groupe en 2030.

Fabrication des produits

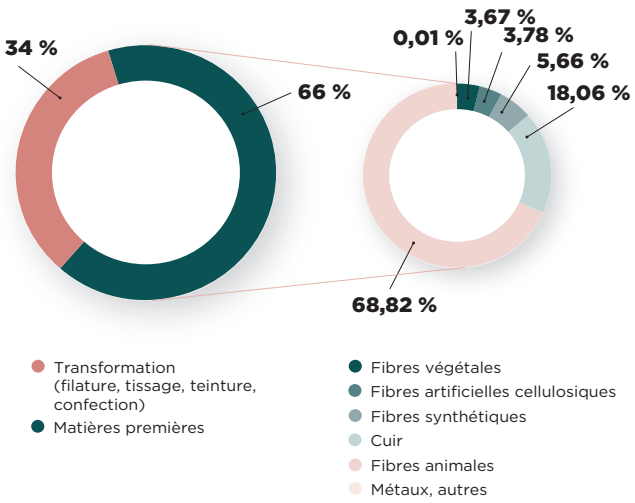
Les émissions de GES liées à la fabrication des produits représentent 75 % des émissions du Groupe. Les matières premières constituent la première source d'émission, dont une part significative est liée à l'utilisation de fibres d'origine animale (laine, cachemire) et de cuir qui ont une empreinte carbone plus importante que les matières végétales ou synthétiques. La consommation d'énergie lors des étapes de fabrication et, en particulier, lors de la phase de teinture constitue l'autre source importante d'émission. Les politiques du Groupe se concentrent dès lors sur ces deux sujets pour réduire l'empreinte carbone du scope 3 :

- matières premières : l'objectif est d'utiliser, d'ici à 2030, 100 % de matières certifiées dans les produits (coton biologique ou recyclé, laine et polyester recyclés, viscoses à plus faible impact environnemental, etc.). La réduction des émissions de GES de la laine a une contribution déterminante dans l'atteinte des objectifs climatiques du Groupe. Pour ce faire, une proportion significative de la laine devra être issue du recyclage et une autre sourcée dans des régions du monde où la production de laine est moins émissive (incluant les pratiques d'agriculture régénérative) ;
- énergie consommée lors des étapes industrielles de transformation : les marques du Groupe s'attachent dans un premier temps à disposer d'informations précises sur la consommation d'énergie et le type d'énergies utilisées par les fournisseurs en charge de la filature, du tissage, du tricotage et de la teinture. L'amélioration du reporting permet d'affiner le calcul des émissions de GES et d'identifier des axes d'amélioration. Dans un second temps, des coopérations seront mises en œuvre avec les fournisseurs pour réduire la consommation d'énergie des sites les plus énergivores, développer le recours aux énergies renouvelables et bannir l'utilisation des chaudières à charbon.

En complément de ces deux grands domaines d'action, la réduction de l'empreinte carbone de la production passe également par des mesures visant à diminuer les quantités d'invendus (amélioration continue d'allocation des stocks dans les boutiques) et par le développement du chiffre d'affaires généré par les services de seconde main, de location et de réparation.

Les emballages des produits représentent 1,3 % des émissions de GES. La réduction de leur empreinte carbone s'appuie sur la réduction des quantités et le développement des matières recyclées.

Répartition des émissions de GES liées à la fabrication des produits



Transport de marchandises

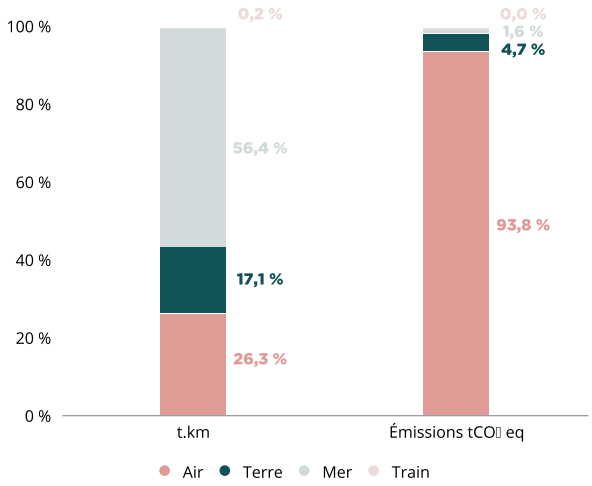
Le transport de marchandises représente 6 % des émissions de GES du Groupe. La majorité de l'activité du transport correspond à des flux dits « *BtoB* » :

- depuis les fournisseurs vers les entrepôts en Asie, en France et aux États-Unis ;
- entre les entrepôts ;
- des entrepôts vers les magasins.

Le transport dit « *BtoC* » concerne les livraisons e-commerce.

L'aérien représente 26,3 % du volume d'activité (exprimé en tonnes-kilomètres) du transport et 93,8 % des émissions de gaz à effet de serre du fret de marchandises. Le transport maritime est le mode de transport de marchandises le plus utilisé par le Groupe. Il représente 56,4 % du volume d'activité pour un peu moins de 2 % des émissions de GES du transport.

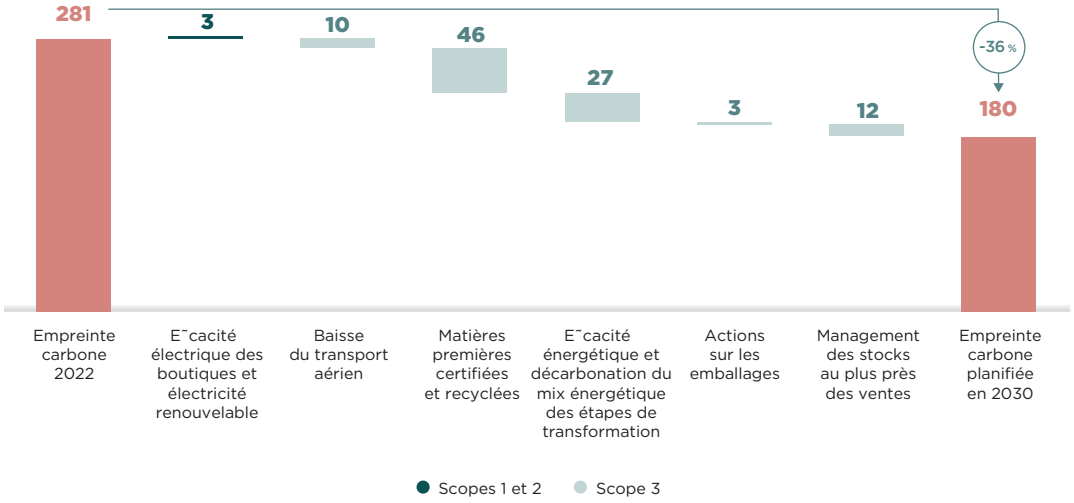
Répartition des émissions de GES 2025 liées au transport



Le passage progressif du transport aérien vers du transport maritime est ainsi une des priorités pour les années à venir afin de réduire l'empreinte carbone du Groupe. Cette politique s'appuie sur la refonte des flux de transport (ex. : livraison directe depuis les fournisseurs en Chine vers les entrepôts en Asie et aux États-Unis, sans passer au préalable par la France) et une gestion adaptée des plannings de production et des stocks.

En synthèse, le schéma ci-dessous présente la contribution de chaque levier de décarbonation à l'atteinte de l'objectif 2030 de réduction des émissions de GES du Groupe. La trajectoire de réduction tient également compte des émissions liées à la croissance de l'activité au cours de la période.

Trajectoire de réduction de l'empreinte carbone de SMCP (ktCO$_2$eq) à horizon 2030



Interactions avec le règlement sur la Taxonomie

L'essentiel des activités économiques du groupe SMCP n'est pas, à date, couvert par le règlement européen sur la Taxonomie. Le chiffre d'affaires éligible concerne uniquement les activités de vente de produits de seconde main et de location considérées comme contributives à l'objectif de transition vers une économie circulaire.

Les charges opérationnelles (Opex) de SMCP éligibles à la Taxonomie ne sont pas matérielles et ne font pas l'objet d'un reporting spécifique. Concernant les investissements (Capex), une forte proportion est éligible à la Taxonomie sur le critère d'atténuation du changement climatique. Pour rappel, le Groupe n'est pas propriétaire des bâtiments qu'il opère, il s'agit donc principalement des dépenses d'investissement liées aux contrats de location et à la rénovation des magasins. En 2025, 94 % des Capex du Groupe étaient éligibles à la Taxonomie et 3,2 % étaient alignés avec les critères d'atténuation du changement climatique de la Taxonomie. 3,3 millions d'euros de dépenses d'investissement sont ainsi comptabilisées comme alignées. Pour plus de détails, voir paragraphe 3.2.6 « Taxonomie Européenne ».

De plus, il est important de rappeler que les Capex et Opex éligibles à la Taxonomie européenne ne sont pas représentatifs des principaux leviers de réduction des émissions du Groupe puisqu'ils se concentrent principalement sur les scopes 1 et 2.

En raison de son activité, SMCP n'est pas concerné par les investissements liés aux activités économiques du charbon, du pétrole ou du gaz.

ACTIONS ET RESSOURCES EN RAPPORT AVEC LES POLITIQUES EN MATIÈRE DE CHANGEMENT CLIMATIQUE (E1-3)

En cohérence avec les politiques d'atténuation du changement climatique décrites ci-dessus, les actions de réduction de l'empreinte carbone de SMCP sont regroupées ici entre trois principaux périmètres : les sites opérés par le Groupe, la fabrication des produits et le transport de marchandises.

Sites opérés par le Groupe

La réduction des consommations d'énergie passe par des investissements dans des dispositifs d'éclairage de type LED à faible consommation d'énergie et des nouvelles installations de climatisation lors des ouvertures et rénovations de boutiques. La mise en place de détecteurs de présence dans les réserves et d'horloges en vitrine pour veiller à leur bonne extinction le soir se généralise également.

Par ailleurs, certaines boutiques font l'objet de démarches de certification environnementale traduisant une bonne performance énergétique du site. En 2025, deux nouvelles boutiques ont ainsi été certifiées LEED et LEED Silver au Canada.

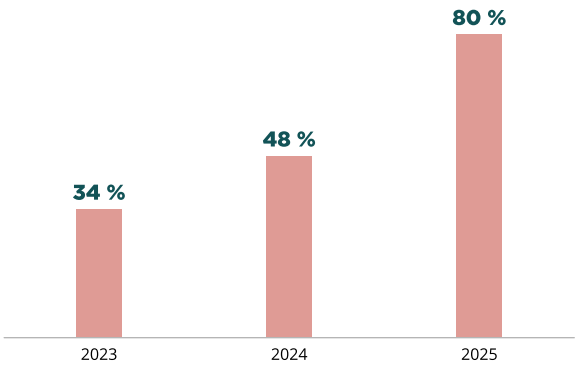
Les sièges du groupe SMCP et des marques Maje et Claudie Pierlot à Paris sont pour leur part certifiés HQE (haute qualité environnementale) et le siège SMCP à Shanghai est certifié LEED *platinum*.

En complément de cette démarche de certification, les équipes travaux et architecture du Groupe ont défini en 2025 un nouveau référentiel environnemental applicable pour les travaux de rénovation ou lors de l'ouverture des boutiques. Ce référentiel détermine un niveau obligatoire minimum à atteindre et des actions complémentaires plus ambitieuses possibles pour toutes les catégories de travaux : tri des déchets de chantier, performance énergétique du bâtiment, éclairage, climatisation, chauffage, matériaux, mobilier, peintures et revêtements. Le cahier des charges permettra de noter la performance de chaque

chantier de rénovation via un système de points. Il sera mis en œuvre dès 2026 pour les travaux dans les boutiques situées en Europe et son adaptation aux autres régions fera l'objet d'une étude de faisabilité.

L'achat d'électricité d'origine renouvelable constitue un autre levier pour réduire les émissions de GES des sites opérés par SMCP. En 2025, 80 % de la consommation d'électricité du Groupe est couverte par des contrats d'électricité bénéficiant d'une garantie d'origine renouvelable représentant une hausse de 32 points en un an (48 % en 2024). Cette augmentation s'explique notamment par le fait qu'en 2025 plus de 50 % de la consommation d'électricité des boutiques et sièges administratifs de SCMP dans la région Amérique du Nord (États-Unis et Canada) et en Chine a été couverte pour la première fois par des certificats d'électricité renouvelable.

Part d'électricité couverte par des garanties d'origine renouvelable (%)



L'ensemble de ces actions ainsi que la fermeture de boutiques, principalement en Chine, ont conduit à une réduction de 8 % de la consommation d'électricité du Groupe entre 2024 et 2025 et de 60 % des émissions de GES associées (scopes 2 *market-based*). Par rapport à l'année de référence 2022 les émissions sont en baisse de 72 % sur ce même périmètre. Certains Capex investis pour améliorer l'efficacité énergétique des boutiques sont reportés dans la Taxonomie au sein des catégories 7.3 « Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique » et 7.7 « Acquisition et propriété de bâtiments ».

Fabrication des produits

Chaque année la part de matières certifiées sur le plan environnemental augmente dans les collections des marques de SMCP. Au global, en 2025, 72 % des matières utilisées par les marques étaient certifiées selon un des standards reconnus par le Groupe [1] représentant une augmentation de 18 points par rapport à 2024 (54 %). Si toutes les certifications ne conduisent pas à une réduction des émissions de GES (ex. : laine RWS garantissant le respect du bien-être animal), plusieurs d'entre elles ont un impact positif sur la réduction de l'empreinte carbone des produits : matières recyclées (laine, coton, polyester, viscose), coton biologique, viscose LENZING™ ECOVERO™ TENCEL™.

En complément de ce travail sur les matières, des actions sont menées pour sensibiliser les fournisseurs à l'utilisation d'énergie renouvelable pour les procédés de fabrication et disposer d'informations plus précises sur les sources d'énergie qu'ils utilisent. Des enquêtes annuelles sont ainsi menées auprès des principaux sites en charge du tissage/tricotage ou de la teinture des vêtements des marques. Elles ont permis d'identifier des fournisseurs utilisant une forte proportion d'énergie renouvelable (panneaux photovoltaïques, chaudière à biomasse, etc.) pour leurs procédés de fabrication ou n'utilisant plus de charbon. L'objectif poursuivi pour les années à venir est de continuer à améliorer la connaissance du mix énergétique des fournisseurs, de faire du recours aux énergies renouvelables un critère important dans la sélection des teinturiers et de collecter les données réelles de consommation.

L'ensemble de ces actions ont permis de réduire de 5,9 % les émissions de GES liées à la fabrication des produits entre 2024 et 2025. Cette réduction est nettement supérieure à celle observée entre 2023 et 2024 (-2,6 %). Elle est essentiellement liée à l'augmentation de l'utilisation de laine et de cachemire recyclés. Par rapport à l'année de référence 2022, les émissions sont en baisse de 26 % sur ce périmètre. L'intensité des émissions de GES par kg de produits fabriqués présente également une nette diminution sur la période 2022-2025 en passant de 61 kg CO_2e/kg à 51 kg CO_2e/kg. Toutes les marques du Groupe sont concernées par cette réduction. Les dépenses liées à la mise en œuvre de ces actions correspondent essentiellement au surcoût des matières certifiées sur le plan environnemental estimé à plusieurs millions d'euros en 2025.

ÉVOLUTION DES ÉMISSIONS DE GES LIÉES À LA FABRICATION DES PRODUITS

	Evolution 2024-2025 *(en %)*	Evolution 2022-2025 *(en %)*
Emissions en valeur absolue *(t CO_2e)*	-5,9 %	-26,1 %

	2022	2023	2024	2025
Intensité carbone *(kg CO_2e/kg de produit)*	61	54	55	51

Transport de marchandises

Les actions menées visent à réduire la part du transport aérien dans les flux de transport de marchandises du Groupe. Des progrès considérables ont été accomplis au cours des dernières années sur le transport entre les fournisseurs en Asie et les entrepôts en France et aux États-Unis. Sur les flux intercontinentaux entre les entrepôts (France-États-Unis et France-Chine) l'essentiel des trajets est encore effectué par voie aérienne. Une première expédition de produits par voie maritime a été effectuée en 2024 entre la France et les États-Unis et il est prévu de développer ce moyen de transport sur ce trajet au cours des prochaines années. C'est dans ce cadre que le Groupe a conclu en 2024 un partenariat avec Vela, un transporteur français construisant un bateau capable de traverser l'Atlantique en 10 à 15 jours avec une propulsion 100 % à la voile. La première traversée de l'Atlantique est prévue pour 2026 et permettra de transporter des produits Sandro et Maje.

Concernant les livraisons des magasins depuis les entrepôts, des alternatives au transport routier commencent à voir le jour notamment en Chine où les produits vendus dans les magasins de la région de Pékin sont acheminés par train depuis Shanghai. Le recours au transport ferroviaire est appelé à se développer en Chine au cours des prochaines années.

La part du transport aérien est passée de 28 % à 26 % entre 2024 et 2025, expliquant en grande partie la baisse de 11 % des émissions de GES liées au transport sur la période. Depuis 2022 la baisse des émissions liées au transport est de 22 %.

(1) Voir le détail des certifications reconnues par le Groupe dans le paragraphe 3.2.5 « Utilisation des ressources et économie circulaire ».

NIVEAU D'AVANCEMENT DU GROUPE VIS-À-VIS DE SES OBJECTIFS DE RÉDUCTION D'ÉMISSIONS GES

	Principaux leviers de décarbonation	2022 (t CO_2e - année de référence)	2024 (t CO_2e)	2025 (t CO_2e)	Evolution 2022-2025 (en %)	Objectifs de réduction 2022-2030 (en %)
Scopes 1 et 2 (*market-based*) Sites opérés par le Groupe	• Achat d'électricité issue de sources d'énergie renouvelable • Réduction de la consommation d'énergie des sièges, magasins et entrepôts	6 374	4 562	2 178	-66 %	- 50 %
Scope 3 Fabrication des produits, des emballages et transport	• Certification des matières premières • Développement des matières premières recyclées • Réduction de la consommation d'énergie et décarbonation du mix énergétique des fournisseurs • Diminution de la part du transport aérien • Gestion des stocks	275 080	219 774	205 839	-25 %	- 35 %
	TOTAL	**281 454**	**224 336**	**208 017**	**-26 %**	**- 36 %**

Avec une réduction de 26 % de ses émissions entre 2022 et 2025, le Groupe est en ligne avec sa trajectoire de réduction SBTi visant les - 36 % d'ici à 2030.

INDICATEURS LIÉS AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Consommation d'énergie et mix énergétique (E1-5)

Consommation d'énergie et mix énergétique	2024	2025
Consommation de combustible provenant du charbon et des produits à base de charbon *(MWh)*	0	0
Consommation de combustible provenant du pétrole brut et de produits pétroliers *(en MWh)*	0	0
Consommation de combustible provenant du gaz naturel *(en MWh)*	1 504	1 368
Consommation de combustible provenant d'autres sources fossiles *(en MWh)*	0	0
Consommation d'électricité, de chaleur, de vapeur et de froid achetés ou acquis à partir de sources fossiles *(en MWh)*	5 812	2 814
Consommation totale d'énergie fossile (en MWh)	7 316	4 183
***Part des sources fossiles dans la consommation totale d'énergie** (en %)*	**36 %**	**22 %**
Consommation provenant de sources nucléaires (en MWh)	1 309	240
***Part de la consommation provenant de sources nucléaires dans la consommation totale d'énergie** (en %)*	**6 %**	**1 %**
Consommation de combustible provenant de sources renouvelables, y compris de la biomasse (comprenant également des déchets industriels et municipaux d'origine biologique, du biogaz, de l'hydrogène renouvelable, etc.) *(en MWh)*	0	0
Consommation d'électricité, de chaleur, de vapeur et de froid achetés ou acquis à partir de sources renouvelables *(en MWh)*	11 692	14 195
Consommation d'énergie renouvelable non combustible autoproduite *(en MWh)*	0	0
Consommation totale d'énergie renouvelable (en MWh)	**11 692**	**14 195**
***Part des sources renouvelables dans la consommation totale d'énergie** (en %)*	**58 %**	**76 %**
CONSOMMATION TOTALE D'ÉNERGIE *(EN MWH)*	**20 318**	**18 617**

La consommation d'énergie des sites opérés par SMCP a baissé de 8 % entre 2024 et 2025. L'électricité représente, en 2025, 90 % de l'énergie consommée par le Groupe. 85 % de l'électricité consommée en 2025 est de l'électricité d'origine renouvelable, acquise soit *via* des contrats d'électricité renouvelable soit en comptabilisant la part d'énergie renouvelable dans le mix électrique des pays d'implantation du Groupe.

La consommation d'énergie 2024 des entrepôts (gaz et vapeur) a été mise à jour suite à des corrections apportées dans les données transmises par le bailleur de ces bâtiments. L'ensemble de ces actualisations entraine une augmentation de 10 % du total des consommations précédemment reportées.

INTENSITÉ ÉNERGÉTIQUE SUR LA BASE DU CHIFFRE D'AFFAIRES NET

L'activité de SMCP est classée parmi les secteurs à fort impact climatique (*wholesale and retail trade*). L'intensité énergétique du Groupe en 2025 est de 15,3 MWh par million d'euros de chiffre d'affaires net en baisse de 8,7 % par rapport à 2024. Le chiffre d'affaires net utilisé pour le calcul est disponible dans le paragraphe 5.2.1 « Chiffres clés du compte de résultat ».

	2024	2025	Évolution 2024/2025
Intensité énergétique par million d'euros de chiffre d'affaires net	16,8	15,3	-8,7 %

Précisions méthodologiques sur la consommation d'électricité

- en Europe : la consommation d'électricité se base principalement sur l'envoi des données réelles de consommation par les fournisseurs d'électricité de chaque pays. La consommation établie via cette collecte d'information correspond à 97 % de la surface en m² des sites. La consommation des sites pour lesquelles des données réelles ne sont pas disponibles est estimée à partir de ratios de consommation surfacique (kWh/m²).
- en Amérique du Nord : la consommation d'électricité des sites se base en partie sur l'envoi des données réelles de consommation par les fournisseurs d'électricité de chaque pays. La consommation d'électricité établie via cette collecte d'information correspond à 55 % de la surface en m² des sites. La consommation des sites pour lesquelles des données réelles ne sont pas disponibles est estimée à partir de ratios de consommation surfacique (kWh/m²).
- dans la région Asie : la consommation d'électricité des sites se base principalement sur des estimations effectuées à partir des dépenses liées à cette consommation. La consommation d'électricité établie via cette méthode correspond à 82 % de la surface en m² des sites. La consommation des boutiques pour lesquels les coûts ne sont pas disponibles a été estimée sur la base de ratios de consommation surfacique (kWh/m²).

Les boutiques ouvertes ou fermées au cours de l'année sont comptabilisées sur leur période d'ouverture.

Émissions brutes de GES de périmètres 1, 2, 3 et émissions totales de GES (E1-6)

	Données rétrospectives			Evolution 2024-2025	Evolution 2022-2025
	2022 (année de référence)	2024	2025	*(en %)*	*(en %)*
Émissions de GES de scope 1					
Émissions brutes de GES de scope 1 *(tCO_2e)*	680	493	482	- 2 %	- 29 %
Émissions de GES de scope 2					
Émissions brutes de GES de scope 2 *(tCO_2e) market-based*	5 695	4 069	1 696	- 58 %	- 70 %
Émissions brutes de GES de scope 2 *(tCO_2e) location-based*	5 899	4 915	4 022	- 20 %	- 32 %
Émissions de GES de scope 3					
Émissions totales brutes indirectes de GES (scope 3) (tCO_2e)	317 634	267 088	247 934	- 7 %	- 22 %
1. Biens et services achetés [1]	265 187	215 609	200 526	- 7 %	- 24 %
2. Biens d'investissement	3 533	6 948	5 253	- 24 %	+ 49 %
3. Activités relevant des secteurs des combustibles et de l'énergie (non incluses dans les scopes 1 et 2)	1 260	1 278	1 098	- 14 %	- 13 %
4. Transport et distribution en amont	20 152	17 523	15 657	- 11 %	- 22 %
5. Déchets produits lors de l'exploitation	1 662	2 371	2 496	+ 5 %	+ 50 %
6. Voyages professionnels	355	1 326	1 438	+ 8 %	+ 305 %
7. Déplacements domicile-travail des salariés	5 430	5 374	5 324	- 1 %	-2 %
8. Actifs loués en amont	3 992	3 149	2 944	- 7 %	- 26 %
9. Acheminement aval	6 165	6 020	5 363	- 11 %	- 13 %
10. Transformation des produits vendus	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
11. Utilisation des produits vendus	7 015	5 042	5 167	+ 2 %	- 26 %
12. Traitement en fin de vie des produits vendus	2 883	2 447	2 668	+ 9 %	-7 %
13. Actifs loués en aval	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
14. Franchises	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
15. Investissements	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Émissions de GES totales					
Émissions totales de GES *(tCO_2e) market-based*	324 008	271 650	250 112	- 8 %	- 23 %
Émissions totales de GES *(tCO_2e) location-based*	324 213	272 496	252 438	- 7 %	- 22 %
Émissions de GES prises en compte dans la trajectoire de réduction SBTi					
Scopes 1 et 2 (*market-based*), Scope 3 – fabrication des produits et emballages + transport – *(tCO_2e)*	281 454	224 336	208 017	- 7 %	- 26 %

(1) Les émissions liées à la fabrication des produits et des emballages prises en compte dans la trajectoire de réduction du Groupe sont incluses dans le poste d'émission de biens et services achetés.

Le tableau ci-dessus détaille l'empreinte carbone annuelle de SMCP à partir de son année de référence en suivant la méthodologie de calcul et de classement des émissions de gaz à effet de serre du *GHG Protocol*.

Les émissions prises en compte dans la trajectoire de réduction du Groupe ont baissé de 7 % entre 2024 et 2025 et sont en diminution de 26 % par rapport à l'année de référence (2022).

Le Groupe n'a pas identifié d'émissions biogéniques sur l'exercice 2025.

Certaines données historiques (2022-2024) ont été mises à jour afin d'intégrer de nouvelles informations et certaines corrections. Les modifications concernent notamment le scope 1 ainsi que les catégories 4, 8 et 9 du scope 3. Cette mise à jour entraine, pour l'année de référence 2022, une baisse de 1% des émissions totales et de 0,7 % des émissions prises en compte dans le périmètre de la trajectoire de réduction SBTi du Groupe.

INTENSITÉ DES GES SUR LA BASE DU CHIFFRE D'AFFAIRES NET

	2024	2025
Intensité en $tCO_2e/m€$	225	207

SUIVI DES ÉMISSIONS DE GES TELLES QUE DÉFINIES DANS LE CADRE DE LA TRAJECTOIRE SBTI

	2022 (année de référence)	2024	2025	Evolution 2022-2025 *(en %)*	Objectifs de réduction 2022-2030 *(en %)*
Scopes 1 + 2 *market-based*	6 374	4 562	2 178	- 66 %	- 50 %
Scope 3 « FLAG » (*Forest Land Use and Agriculture*) : émissions liées à la fabrication et au transport des produits	170 323	133 035	122 296	- 28 %	- 30,3 %
Scope 3 : autres émissions liées à la fabrication et au transport des produits	104 757	86 739	83 543	- 20 %	- 42,5 %
TOTAL	**281 454**	**224 336**	**208 017**	**- 26 %**	**- 36 %**

L'intensité carbone de l'activité du Groupe en 2025 est de 207 tonnes de GES par million d'euros de chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires net utilisé pour le calcul est disponible dans le paragraphe 5.2.1 « Chiffres clés du compte de résultat ».

Le Groupe n'a pas développé de projets d'absorption et d'atténuation des GES financés au moyen de crédits carbone (E1-7) ou de tarification interne du carbone (E1-8) de ce fait les exigences de publication liées à ces sujets sont non applicables pour SMCP.

Précisions méthodologiques sur le calcul des émissions de GES

La méthodologie que le Groupe utilise pour mesurer son empreinte carbone est celle définie par le *GHG Protocol*.

Concernant le Scope 1, SMCP n'émet pas de gaz à effet de serre liés à la combustion ou la biodégradation de la biomasse. Le scope 1 du Groupe se découpe en trois catégories : les émissions de GES issues de la combustion stationnaire (consommation de gaz pour le chauffage), les émissions de GES issues de la combustion mobile (carburant des véhicules de fonction) et les émissions fugitives de GES (fuites de fluides frigorigènes des installations de climatisation).

Concernant le Scope 2, le Groupe consomme de la vapeur via un réseau de chaleur pour un de ses entrepôts en France. Les émissions reportées correspondent essentiellement à la consommation d'électricité de tous les bâtiments de SMCP. Le reporting des émissions est réalisé selon les méthodes location-based et market-based du GHG Protocol.

La méthode *market-based*, qui permet de comptabiliser l'énergie d'origine renouvelable achetée en utilisant le facteur d'émission spécifique au fournisseur pour les émissions du Scope 2 permet d'illustrer les efforts d'approvisionnement en énergie d'origine renouvelable.

La méthode *location-based* utilise les facteurs d'émission nationaux moyens pour la production d'électricité (Source : Agence internationale de l'énergie).

Le calcul du Scope 3 se base sur la collecte des données des logiciels de production, de logistique, de traçabilité et la balance comptable pour la catégorie 3.1 « Achats de biens et de services ». Tous les calculs liés à l'achat de biens sont basés sur des données physiques : les lieux de production, les poids des produits, le volume de production, la composition de chaque produit, la source énergétique utilisée chez les fournisseurs lorsqu'elle est connue et la quantité annuelle d'emballages produits pour tous les produits du Groupe. Les facteurs d'émission des matières premières sont issus de la base européenne EF 3.1. Diverses hypothèses méthodologiques (consommation d'énergie des procédés de fabrication, perte de matières au cours des étapes de fabrication, etc.) sont issues du site Ecobalyse administré par le ministère en charge de l'environnement en France dans le cadre de l'affichage environnemental.

Tous les calculs liés à l'achat de service sont basés sur des ratios monétaires.

La catégorie 3.4 « Transport et distribution amont » est mesurée annuellement via les données fournies par les transporteurs avec lesquels le Groupe collabore. Le calcul est ensuite déterminé à l'aide d'un ratio de $CO_2e/t.km$ de marchandises transportées.

La catégorie 3.11 évalue les émissions liées à l'utilisation des produits. Ceci correspond à une catégorie optionnelle pour SMCP. Elle est calculée à l'aide des volumes de production par catégorie de produits et d'extrapolations basées sur des études sur les habitudes de portée et d'entretien des produits textiles d'habillement.

3.2.2 Pollution [E2]

IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS MATÉRIELS LIÉS À LA POLLUTION (IRO-1)

Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités	Politiques et actions de gestion des impacts, risques et opportunités
Pollution de l'air, de l'eau et des sols	Chaînes de valeur amont et aval	• Impact négatif : émissions et rejets de substances polluantes dans les eaux, l'air et les sols lors des étapes de fabrication des produits et rejets de microfibres plastiques dans l'eau lors du lavage des vêtements en fibres synthétiques • Impact négatif : pollution de l'environnement avoisinant les usines de transformation (ex. : teintureries) pouvant affecter la santé des communautés locales	Non matériel	• Analyse quantitative des impacts liés aux pollutions générées par l'activité du Groupe • Développement des audits environnementaux auprès des fournisseurs • Adhésion du Groupe à l'initiative *Leather Working Group* (LWG) œuvrant à l'amélioration de la performance environnementale des tanneries • Réduction des pollutions dans l'eau, l'air et les sols *via* les politiques mises en œuvre pour augmenter la proportion de matières certifiées (voir ESRS E5) et décarboner les consommations d'énergie des fournisseurs (voir ESRS E1)

Le groupe SMCP n'a pas de contrôle opérationnel ou financier sur des sites de production générant des émissions polluantes dans l'eau, l'air ou le sol. L'activité du Groupe est toutefois responsable indirectement de l'émission et du rejet de polluants lors de la fabrication, de l'utilisation et de la fin de vie des produits commercialisés par ses marques.

Pour évaluer la nature et l'ampleur des pollutions générées par son activité, SMCP a réalisé en 2024 une analyse établie à partir des facteurs d'impact issus de la base de données européenne EF 3.1. Les calculs ont été réalisés sur la base des quantités de matières utilisées pour la fabrication des produits et de l'origine géographique des fournisseurs. Les émissions de microfibres plastiques ont été estimées sur la base de données de l'Agence européenne de l'environnement.

Certains indicateurs ont été écartés de la restitution présentée ci-dessous en raison d'un manque de fiabilité[1] ou d'un niveau d'impact trop faible[2]. La production de déchets est abordée dans le paragraphe ESRS E5. Les effets potentiels sur la santé des populations ont été considérés *via* la consultation d'études.

Les résultats de l'analyse sont synthétisés ci-après sous la forme d'une infographie. Cette analyse n'a pas nécessité de mise à jour en 2025.

(1) Radiations ionisantes, toxicité humaine
(2) Appauvrissement de la couche d'ozone

IMPACTS DES ACTIVITÉS DE SMCP SUR LA POLLUTION

Niveau d'importance de la catégorie dans les pollutions générées par l'activité de SMCP



Pollutions		Matières premières					Transfor-mation	Transport	Magasins	Utilisation et fin de vie
		Pétrole*	Bois**	Coton	Laine	Cuir				
Pollution de l'eau	Eutrophisation eau douce	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Eutrophisation eau marine	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Ecotoxicité	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Microfib es plastique	●	N/A	N/A	N/A	N/A	●	N/A	N/A	●
Pollution de l'air	Acidifi ation	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Particules fine	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Formation d'ozone photochimique	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Pollution des sols	Eutrophisation terrestre	●	●	●	●	●	●	●	●	●

* *Le pétrole est la matière première utilisée pour la fabrication des fib es synthétiques (polyester, polyamide, etc.)*
** *Le bois est la matière première utilisée pour la fabrication des fib es artificiel es (viscose, modal, etc.)*

L'analyse réalisée met en évidence que la production des matières premières d'origine animale (laine et cuir) constitue la principale source d'émissions polluantes dans l'environnement liées à l'activité de SMCP sur la majorité des impacts étudiés. La transformation des textiles nécessite pour sa part d'importantes consommations d'eau et d'énergie qui ont des impacts sur l'environnement et la santé : eutrophisation de l'eau douce, acidification de l'air, émissions de particules fines et formation d'ozone photochimique notamment. Des microfibres plastiques sont émises en quantité importante lors du lavage des vêtements en matière synthétique (polyester, polyamide, acrylique). Lorsqu'ils sont ingérés par des espèces marines telles que des oiseaux, des poissons, des mammifères et des végétaux, les microplastiques peuvent avoir des répercussions toxiques.

Les pollutions générées sont aussi susceptibles d'impacter la santé des communautés vivant à proximité des sites de production.

Enfin, l'analyse n'a pas mis en évidence de risques ou d'opportunités matériels pour le Groupe.

POLITIQUES (E2-1) ET OBJECTIFS (E2-3) EN MATIÈRE DE POLLUTION

La Politique en matière de pollution s'articule autour de trois thématiques :

- la prévention et la réduction des pollutions ;
- la suppression des substances extrêmement préoccupantes et la réduction de l'utilisation des substances préoccupantes ;
- la mise en place de dispositifs d'alerte et de contrôle.

Ces politiques sont directement liées à celles mises en place pour augmenter la proportion de matières certifiées (voir paragraphe 3.2.5 « Utilisation des ressources et économie circulaire (E5) ») et pour décarboner les consommations d'énergie des fournisseurs (voir paragraphe 3.2.1 « Changement climatique (E1) »).

L'objectif visant à atteindre, d'ici à 2030, 100 % de matières certifiées selon des standards environnementaux de référence contribue à adresser de nombreux enjeux environnementaux pour le Groupe dont celui de la pollution.

Prévention et réduction des pollutions

Tous les fournisseurs du Groupe sont tenus d'appliquer les principes du Code de conduite comportant un volet sur le respect des réglementations sur la pollution et la mise en place de politiques volontaristes en la matière. La stratégie poursuivie visant à développement le recours aux matières certifiées selon des standards environnementaux de référence (voir paragraphe 3.2.5 « Utilisation des ressources et économie circulaire (E5) ») a des effets bénéfiques sur la réduction de nombreux types de pollutions.

À titre d'exemple, les matières recyclées permettent une réduction de l'ordre de 90 % des pollutions dans l'eau, l'air et le sol. Le coton biologique ou la viscose LENZING™ ECOVERO™ permettent de leur côté des réductions importantes de l'écotoxicité. Un système de management environnemental dépassant le cadre réglementaire est également nécessaire pour tous les sites de transformation (filature, tisseur, teinturerie, etc.) intervenant sur des matières certifiées *Global Organic Textile standard* (GOTS) et *Global Recycled Standard* (GRS).

Les marques du Groupe ont aussi pour objectif de recourir exclusivement à des cuirs issus de tanneries certifiées *Leather Working Group* (LWG). Le référentiel d'audit LWG comporte des sections spécifiques sur la gestion des effluents, les émissions dans l'air et la gestion des produits chimiques.

Enfin, la décarbonation du mix énergétique des fournisseurs, qui constitue un des leviers principaux du plan de transition climatique de SMCP, conduit à des réductions d'émissions de particules fines ou d'ozone. Concernant les émissions de microfibres plastiques lors du lavage des vêtements en matières synthétiques, le Groupe n'a pas à ce jour de politiques permettant d'adresser cet enjeu.

Substances préoccupantes (E2-5)

Le Groupe œuvre à la réduction de l'utilisation, lors des étapes de fabrication des produits, de substances extrêmement préoccupantes et préoccupantes *via* l'achat de matières certifiées dont le référentiel requiert le respect par les usines de fabrication de liste de substances interdites en raison de leurs impacts sur la santé ou l'environnement. La certification GOTS pour le coton biologique dispose de sa propre liste de substances interdites et les certifications GRS et LWG appliquent la liste de substances interdites (*Manufacturing Restricted Substances List – MRSL*) définie par l'initiative *Zero Discharge of Hazardous Chemical* (ZDHC).

Des tests sont par ailleurs réalisés sur les produits commercialisés pour s'assurer de l'absence de substances extrêmement préoccupantes mentionnées dans la réglementation européenne REACH. Plus d'informations sur le dispositif de contrôle sont disponibles dans le paragraphe 3.3.3 « Consommateurs [S4] ».

Dispositif d'alerte et de contrôle

En tant qu'adhérent au LWG, le Groupe bénéficie d'un dispositif d'alerte en cas de non-conformité des tanneries avec les réglementations environnementales locales. Via son adhésion à l'ICS le Groupe est également informé des résultats d'audits environnementaux commandités par les membres de cette initiative sectorielle.

ACTIONS ET RESSOURCES RELATIVES À LA POLLUTION (E2-2)

La part de matières certifiées est passée de 54 % à 72 % entre 2024 et 2025. Cette progression contribue à la réduction globale des pollutions générées par l'activité du Groupe (voir paragraphe 3.2.5 « Utilisation des ressources et économie circulaire (E5) » pour plus de détails sur les matières certifiées).

Par ailleurs, en 2025, 95 % des quantités de cuir sont issues de tanneries certifiées LWG, 34 % du coton est certifié GOTS et 20 % des matières sont certifiées GRS. Ces trois standards garantissent le respect de normes strictes pour les émissions polluantes lors des étapes de transformation des matières premières.

Enfin, 45 % des fibres artificielles cellulosiques utilisées par le Groupe en 2025 sont issues de procédés de transformation du bois en fibres à plus faible impact environnemental[1] (réduction de la consommation de produits chimiques, circuits d'eau en boucle fermée, etc.).

Les ressources financières allouées aux politiques de réduction des pollutions sont essentiellement constituées des achats de matières certifiées. Ces coûts sont présentés dans le paragraphe 3.2.5 « Utilisation des ressources et économie circulaire (E5) ».

INDICATEURS LIÉS À LA POLLUTION

Le groupe SMCP ne détient pas ou n'opère pas de sites industriels. Les indicateurs de l'ESRS E2 relatifs à la pollution de l'air, de l'eau et des sols (E2-4) ne sont donc pas applicables. Les produits commercialisés par le Groupe ne contiennent pas de substances extrêmement préoccupantes au sens des seuils définis par la réglementation REACH. Le Groupe ne dispose pas de données permettant d'évaluer les quantités de substances préoccupantes potentiellement présentes dans ses produits.

Les indicateurs présentés dans le paragraphe 3.2.5 « Utilisation des ressources et économie circulaire (E5) » permettent de suivre les progrès du Groupe en matière de réduction des pollutions et des substances préoccupantes.

Émissions de microplastiques

Comme présenté dans l'analyse des pollutions générées par l'activité du Groupe, des microplastiques sont rejetés dans l'environnement lors de la fabrication des produits en fibres synthétiques ainsi que lors du lavage de ces produits par les clients.

En se basant sur les travaux de recherche et la méthodologie développés par le *Plastic Footprint Network*, les rejets de microplastiques occasionnés par l'activité de SMCP sont évalués à 1,2 tonne en 2025. 64 % de ces rejets ont lieu lors du lavage des produits.

(1) LENZING™ ECOVERO™, *Livaeco™, JIRECELL™, ENKA™ viscose, TENCEL™ Lyocell notamment*

3.2.3 Ressources hydriques et marines [E3]

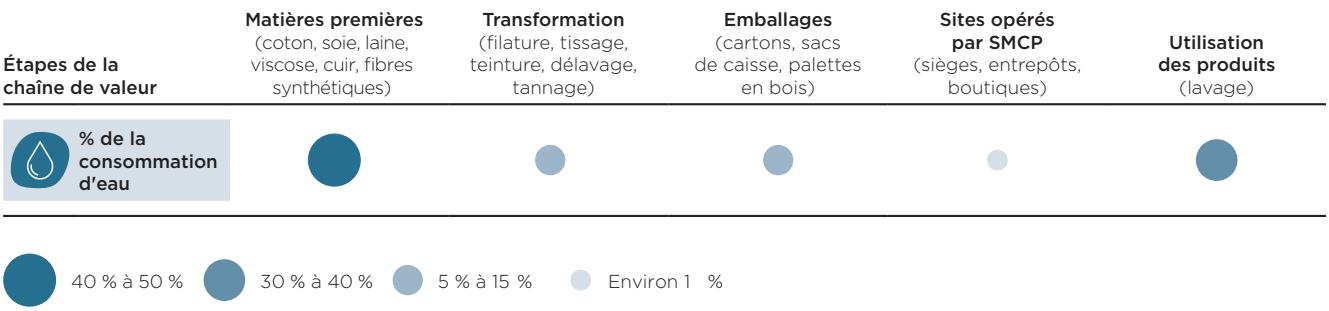
IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS MATÉRIELS LIÉS AUX RESSOURCES HYDRIQUES ET MARINES (IRO-1)

Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités	Politiques et actions de gestion des impacts, risques et opportunités
Consommation d'eau	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : consommation d'eau dans des zones de soumises à un stress hydrique lors de la fabrication des produits	• Risque opérationnel : augmentation des coûts des matières premières, notamment du coton, liée à la baisse des rendements ; perturbations des processus de production dues aux pénuries d'eau ; hausse du coût de l'eau en raison de sa raréfaction	• Calcul de l'empreinte eau du Groupe • Développement de l'utilisation de matières certifiées et recyclées dont la production nécessite une plus faible consommation d'eau • Recours accru à des procédés de transformation à faible consommation d'eau (teinturerie, délavage) et à des tanneries certifiées LWG

L'empreinte eau du Groupe a été calculée sur la base d'estimations à partir de données de l'année 2024 et est synthétisée ci-après[1] sous la forme d'une infographie. Cette analyse est considérée comme toujours valable et représentative de l'année 2025.

Ces estimations ont fait l'objet d'une actualisation dans le rapport 2025 se traduisant en particulier par une baisse de la part des étapes de transformation dans le total par rapport à ce qui figurait dans le rapport 2024.

EMPREINTE EAU DU GROUPE



Il ressort de l'analyse que la fabrication des produits et leur utilisation (lavage) représentent les étapes les plus consommatrices d'eau dans la chaîne de valeur de SMCP. La consommation des sites opérés par le Groupe (bureaux, magasins et entrepôts) est évaluée à environ 1 % de la consommation totale et n'est donc pas matérielle. Les matières premières constituent la plus grande source de consommation d'eau, qui est majoritairement liée à l'irrigation des cultures de coton et de soie dans de nombreuses régions de monde. Le lavage des vêtements par les clients représente le deuxième poste de consommation d'eau devant la fabrication des emballages et les étapes de transformation des matières premières (teinture, tannage en particulier).

Les enjeux liés à la consommation d'eau varient en fonction des régions du monde où elle est prélevée. Afin de tenir compte de ce paramètre, SMCP a réalisé une analyse du risque de stress hydrique dans sa chaîne d'approvisionnement[2]. Celle-ci met en évidence des risques de stress hydrique importants dans les pays suivants :

- Inde et Turquie pour la culture du coton ;
- Inde et Chine pour la culture de la soie ;
- Afrique du Sud pour la laine ;
- Italie, Espagne, Portugal, Maroc, Tunisie, Turquie et Inde pour les étapes de transformation.

Les projections temporelles à 2030 et 2050 prédisent une aggravation du stress hydrique dans ces pays au cours des prochaines décennies.

SMCP n'a pas recours à des ressources marines dans le cadre de ses activités. Ce sujet n'est donc pas abordé dans le rapport de durabilité. Enfin, l'analyse n'a pas mis en évidence de risques ou d'opportunités matériels pour le Groupe.

(1) Calcul de la quantité d'eau consommée (différence entre l'eau prélevée et l'eau rejetée). On tient compte ici de la consommation d'eau bleue utilisée à des fins agricoles, industrielles ou domestiques. L'eau bleue correspond à la part de l'eau issue des précipitations atmosphériques qui s'écoule dans les cours d'eau jusqu'à la mer, ou qui est recueillie dans les lacs, les aquifères ou les réservoirs.
(2) Analyse réalisée à l'aide de l'outil Aqueduct du World Resources Institute.

POLITIQUES (E3-1) ET OBJECTIFS (E3-3) EN MATIÈRE DE RESSOURCES HYDRIQUES

SMCP a pour objectif de réduire de 10 % entre 2023 et 2030 la consommation d'eau liée à la fabrication de ses produits qui constitue le poste le plus consommateur d'eau lié à l'activité du Groupe. La Politique menée par le Groupe en la matière se décline autour de trois axes prioritaires.

Améliorer la traçabilité de la production des matières premières naturelles

La consommation d'eau nécessaire à la production des matières premières est à l'heure actuelle fondée sur des estimations issues d'études scientifiques fournissant des moyennes mondiales de consommation. Le coton et la soie représentent 78 % de la consommation d'eau du Groupe liée aux matières premières pour seulement 24 % des quantités de matières utilisées. Le fait que les cultures de coton ou de soie soient irriguées ou non a un impact majeur sur la consommation d'eau associée.

C'est pourquoi, en permettant d'identifier les approvisionnements de coton et de soie issus de cultures pluviales, la traçabilité est un outil de pilotage essentiel pour affiner le reporting et réorienter le sourcing de ces matières vers des régions ne pratiquant pas l'irrigation ou non soumises à un risque de stress hydrique.

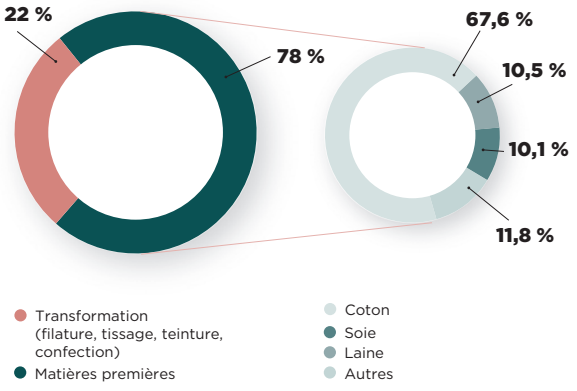
Plus d'information sur la démarche de traçabilité est disponible au niveau du paragraphe 3.4.3 « Traçabilité » du rapport de durabilité.

Utiliser des matières premières dont la production est moins intensive en eau

Les marques du Groupe ont pour objectif de développer dans leurs collections le recours à des matières certifiées dont la production nécessite de plus faibles quantités d'eau. Il s'agit notamment des matières recyclées (coton, laine, polyester, viscose) et de certaines marques de fibres artificielles (LENZING™ ECOVERO™, Livaeco™, etc.). À titre d'exemple, le recours au coton recyclé à la place du coton conventionnel permet une réduction de 90 % de la consommation d'eau. La fabrication de viscose LENZING™ ECOVERO™ nécessite quant à elle 50 % d'eau de moins que pour la viscose standard.

Concernant le coton biologique, qui est une autre matière privilégiée par le Groupe, il n'existe pas de consensus scientifique sur le fait que sa culture consommerait moins d'eau que pour celle du coton standard. La quantité d'eau nécessaire à la culture du coton varie davantage en fonction des pays de production et des pratiques d'irrigation.

Consommation d'eau 2025 liée à la fabrication des produits



Recourir à des procédés de transformation plus économes en eau

Des alternatives sont recherchées pour limiter la consommation d'eau liée aux procédés de transformation les plus consommateurs (tannage, teinture, délavage).

Pour les tanneries, la certification LWG dont l'un des chapitres est consacré à la réduction de la consommation d'eau, est privilégiée par les marques du Groupe. D'ici à 2030, 100 % du cuir utilisé dans les produits sera issu de tanneries certifiées LWG.

Pour le délavage du denim, des technologies utilisant le laser ou l'ozone sont privilégiées et permettent de diviser par deux la consommation d'eau et de produits chimiques lors de cette étape. Concernant la teinturerie, de nouvelles technologies commencent à être employées par les marques telles que le « *dope dyed* » pour les fibres synthétiques, procédé permettant d'intégrer directement la couleur dès la fabrication du fil et de se passer des bains de teinture.

D'une façon générale, les fournisseurs du Groupe sont incités dans le cadre de son code de conduite (voir paragraphe « 3.4.3 Gestion des relations fournisseurs (G1-2) ») à préserver les ressources en eau.

ACTIONS ET RESSOURCES RELATIVES AUX RESSOURCES HYDRIQUES (E3-2)

En 2025, le Groupe a revu les sources d'information utilisées pour calculer son empreinte eau. Cette actualisation a conduit à augmenter considérablement la consommation d'eau liée à la production de la soie et à revoir à la baisse la consommation d'eau liée aux étapes de transformation. Cette analyse a nécessité un recalcul des données historiques de consommation d'eau et s'est traduite par la fixation d'un nouvel objectif de réduction (-10 % au lieu de - 30 %) et d'une nouvelle année de référence (2023 au lieu de 2022).

La consommation d'eau liée à la fabrication des produits a légèrement augmenté de 0,6 % % entre 2024 et 2025 en raison d'une augmentation de la consommation de coton.

Entre 2023 (année de référence) et 2025, La baisse de consommation d'eau liée à la fabrication des produits est de 2,1 % %.

Les ressources financières allouées à la politique eau sont essentiellement constituées des achats de matières certifiées. Ces coûts sont présentés dans le paragraphe 3.2.5 « Utilisation des ressources et économie circulaire (E5) ».

INDICATEURS LIÉS À LA RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION D'EAU (E3-4)

La consommation d'eau liée aux activités propres du Groupe n'est pas matérielle et ne fait donc pas à ce titre l'objet d'un reporting.

Le Groupe suit comme indicateur la consommation d'eau liée à la fabrication des produits avec pour objectif de la réduire de 10 % entre 2023 et 2030.

	2023 (année de référence)	2024	2025	Évolution 2023-2025 *(en %)*	Objectif de réduction 2023-2030 *(en %)*
Consommation d'eau liée à la fabrication des produits *(m^3)*	3 625 443	3 530 391	3 550 812	- 2,1 %	- 10 %

La consommation d'eau liée à la fabrication des produits a augmenté de 0,6 % entre 2024 et 2025. Par rapport à l'année de référence 2023, la baisse est de 2,1 %.

Précisions méthodologiques

Le reporting mesure la consommation « d'eau bleue » qui correspond à l'eau issue des précipitations atmosphériques qui s'écoule dans les cours d'eau jusqu'à la mer, ou qui est recueillie dans les lacs, les aquifères ou les réservoirs.

L'empreinte eau du Groupe se concentre sur la production des vêtements et accessoires des marques. Elle se découpe en deux catégories : la consommation d'eau des matières premières et la consommation d'eau des étapes de fabrication ayant un processus humide (la teinture et les étapes de pré-traitements). Pour ces deux catégories les calculs sont établis à partir de la masse des matières utilisées multipliée par des facteurs de consommation d'eau issus d'études scientifiques en accès libre.

3.2.4 Biodiversité et écosystèmes [E4]

IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS MATÉRIELS LIÉS À LA BIODIVERSITÉ ET AUX ÉCOSYSTÈMES (IRO-1) ET LEUR INTERACTION AVEC LA STRATÉGIE ET LE MODÈLE ÉCONOMIQUE (SBM-3)

Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités	Politiques et actions de gestion des impacts, risques et opportunités
Préservation de la biodiversité et des écosystèmes	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : dégradation des services écosystémiques liée à l'utilisation de matières premières (changement d'utilisation des terres/ fonds marins/zones d'eau douce, exploitation directe de ressources naturelles, changement climatique, pollution) et à leur transformation (exploitation de ressources naturelles, changement climatique, pollution) • Impact positif : préservation et restauration de la biodiversité via le soutien à un programme d'agriculture régénérative	• Risque opérationnel : baisse de rendement des cultures de coton conduisant à une augmentation des coûts en cas de dégradation prononcée des services écosystémiques essentiels à sa production • Risque réglementaire : infraction à la réglementation sur la lutte contre la déforestation • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques insuffisamment engagées pour la protection de la nature	• Mesure des impacts du Groupe sur la biodiversité et les services écosystémiques essentiels à son activité • Stratégie biodiversité construite autour de 4 piliers : éviter, réduire, régénérer et transformer • Éviter : objectifs zéro déforestation et conversion d'écosystèmes naturels, non-recours à des matières dérivées d'espèces animales sauvages protégées, identification des fournisseurs à proximité de zones clés de biodiversité • Réduire : stratégie climat et matières (voir ESRS E1 et E5) et objectif de réduction de l'utilisation des terres agricoles • Régénérer : soutien à un programme de laine régénérative en Uruguay • Transformer : participation à des initiatives sectorielles et soutien d'ONG de protection de la nature

Analyse des impacts et dépendances

L'évaluation des impacts des activités de SMCP sur la biodiversité a fait l'objet en 2024 de deux niveaux d'analyse :

- analyse de la proximité des sièges, magasins et des entrepôts opérés par le Groupe avec des zones protégées ou à forte valeur de biodiversité. Cette analyse a été effectuée *via* l'outil « *Risk Filter* [1] » du WWF ;
- analyse globale des impacts du cycle de vie des produits sur les cinq principaux facteurs de perte de biodiversité définis et classés par niveau d'importance par l'IPBES (*Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services*) : changement d'utilisation des terres, de l'eau douce et des mers ; exploitation directe des ressources naturelles ; changement climatique ; pollution des sols, de l'eau et de l'air ; dissémination d'espèces exotiques envahissantes. Cette analyse a été effectuée sur la base d'une combinaison de données quantitatives et qualitatives détaillée ci-dessous.

L'analyse effectuée en 2024 est considérée comme toujours valable pour 2025.

	Impacts étudiés	Sources
Analyse quantitative	• Changement d'utilisation des terres • Consommation d'eau • Changement climatique • Eutrophisation (eau douce, marine, terrestre) • Acidification • Écotoxicité	Facteurs d'impact issus de la base de données européenne EF 3.1 appliqués aux données d'activité de SMCP en 2023 (poids des produits, matières, localisation géographique des fournisseurs, etc.). Pour la consommation d'eau, calcul basé sur des études scientifiques et la méthodologie du *Water Footprint Network*.
Analyse qualitative	• Changement d'utilisation des fonds marins • Changement d'utilisation des zones d'eau douce • Ressources biotiques • Microfibres plastiques • Espèces invasives • Perturbations sonores et lumineuses	Outil en ligne de l'initiative ENCORE (*Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure*) évaluant les impacts en fonction des activités économiques (classification ISIC). Études du *Plastic Footprint Network* pour les microfibres plastiques.

PROXIMITÉ AVEC DES ZONES PROTÉGÉES OU À FORTE VALEUR DE BIODIVERSITÉ

	Niveau de risque				
	Très faible	Faible	Modéré	Élevé	Très élevé
Sites opérés par le Groupe	0 %	35 %	64 %	1 %	0 %

L'indicateur présenté repose sur une analyse géospatiale combinant cinq sous-indicateurs issus de l'outil d'évaluation WWF Risk Filter. Il vise à apprécier le niveau de proximité des sites exploités par SMCP avec des zones protégées ou à forte valeur de biodiversité. Cette approche intègre successivement : (i) la proximité avec des zones protégées ou conservées, (ii) la proximité avec des zones clés pour la biodiversité (Key Biodiversity Areas), (iii) la proximité avec d'autres zones d'importance écologique identifiées, (iv) l'état de conservation des écosystèmes environnants, et (v) la rareté des aires de répartition des espèces.

Seulement 1 % des sites opérés par SMCP présentent un niveau de risque élevé en raison de leur proximité avec une zone protégée ou à forte valeur de biodiversité. Il s'agit de magasins au sein de centres commerciaux aux États-Unis et en Chine dont l'activité ne présente pas d'impacts matériels sur la biodiversité locale.

(1) Le Risk Filter du WWF (World Wide Fund for Nature) est une série d'outils numériques conçus pour aider les entreprises à identifier, évaluer et gérer les risques environnementaux et sociaux liés à leurs activités. Ces outils offrent des analyses géospatiales permettant aux entreprises de mettre en place des plans d'actions pertinents et localisés.

IMPACTS DES ACTIVITÉS DE SMCP SUR LA BIODIVERSITÉ

Niveau d'importance de la catégorie dans les impacts sur la biodiversité générés par l'activité de SMCP



Impacts des activités humaines sur la biodiversité	Niveau d'importance sur la perte de biodiversité	Sous catégories	Matières premières					Transformation	Transport	Magasins	Utilisation et fin de vie
			Pétrole*	Bois**	Coton	Laine	Cuir				
Changement d'utilisation des terres, de l'eau douce et des mers	■■■	Zones d'eau douce						N/A		N/A	N/A
		Fonds marins		ND	N/A	N/A	N/A	N/A		N/A	N/A
		Terres									
Exploitation des ressources naturelles	■■	Ressources biotiques	N/A		ND	ND	ND	N/A	N/A	N/A	N/A
		Consommation d'eau									
Changement climatique	■	Changement climatique									
Pollution des sols, de l'eau et de l'air	■	Eutrophisation eau douce, marine et terrestre									
		Acidification									
		Ecotoxicité									
		Microfibres plastique		N/A	N/A	N/A	N/A		N/A	N/A	
Dissémination d'espèces exotiques envahissantes et autres perturbations	■	Introduction d'espèces invasives						N/A		N/A	N/A
		Perturbations sonores ou lumineuses									N/A

* *Le pétrole est la matière première utilisée pour la fabrication des fibres synthétiques (polyester, polyamide, etc.)*
** *Le bois est la matière première utilisée pour la fabrication des fibres artificielles (viscose, modal, etc.)*

L'analyse des impacts du cycle de vie des produits sur les principaux risques systémiques de perte de biodiversité met en évidence la place prépondérante des matières premières sur la plupart des catégories considérées.

L'élevage des animaux pour la production de laine et de cuir constitue la première source d'impacts sur la biodiversité.

Le pétrole, utilisé comme matière première pour la fabrication des fibres synthétiques (polyester, polyamide, acrylique), présente des impacts importants sur le changement d'utilisation des zones d'eau douce et des fonds marins ainsi qu'en matière de perturbations sonores ou lumineuses.

La culture du coton a des impacts notamment sur le changement d'utilisation des zones d'eau douce et la consommation d'eau. La production de bois, qui constitue la matière première des fibres artificielles cellulosiques comme la viscose, a quant à elle un impact sur l'exploitation des ressources naturelles.

Les étapes de transformation de la matière première (filature, tissage, teinture, tannage, etc.) exercent des pressions sur la biodiversité *via* des impacts sur le changement climatique, la consommation d'eau, l'eutrophisation de l'eau et des sols et l'acidification de l'air. Enfin, les rejets de microfibres plastiques dans l'environnement sont causés majoritairement par le lavage des vêtements en matières synthétiques

Le groupe SMCP a réalisé en 2024 une analyse de la dépendance de ses activités aux services rendus par les écosystèmes. Cette évaluation s'est appuyée sur l'outil en libre accès[1] proposé par l'initiative ENCORE (*Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure*) qui résulte d'une collaboration entre l'ONG *Global Canopy* et le Programme des Nations unies pour l'environnement. Plus de 200 activités économiques y font l'objet d'une analyse de dépendance à 25 services écosystémiques regroupés en trois grands ensembles : les services d'approvisionnement, les services de régulation et les services culturels. La production des principales matières premières utilisées par SMCP, les étapes de transformation de ces matières ainsi que la commercialisation des produits ont été analysées dans ce cadre. Le tableau ci-dessous présente les services écosystémiques identifiés comme matériels selon trois niveaux de dépendance (très forte, forte, moyenne).

Dépendances de SMCP aux services écosystémiques

Niveau de dépendance aux services écosystémiques	MATIÈRES PREMIÈRES					TRANFORMATION textiles et cuir	RETAIL
	Pétrole Fibres synthétiques	**Coton**	**Bois** viscose	**Laine**	**Cuir**		
TRÈS ÉLEVÉ	-	**Services d'approvisionnement :** biomasse, matériel génétique **Services de régulation :** retenue des sols et des sédiments, purification de l'eau, qualité des sols, régulation du climat mondial et local, pollinisation, régulation du régime des pluies	**Services d'approvisionnement :** biomasse, matériel génétique	**Services de régulation :** retenue des sols et des sédiments, régulation du régime des pluies **Services culturels :** services spirituels, artistiques et symboliques	**Services d'approvisionnement :** biomasse **Services de régulation :** retenue des sols et des sédiments, régulation du régime des pluies **Services culturels :** éducation, science et recherche, services spirituels, artistiques et symboliques	**Services culturels :** éducation, science et recherche (textiles)	-
ÉLEVÉ	**Services de régulation :** inondations fluviales, régulation du climat mondial	**Services d'approvisionnement :** eau **Services de régulation :** débit d'eau	**Services de régulation :** retenue des sols et des sédiments, qualité des sols	**Services d'approvisionnement :** biomasse, eau **Services de régulation :** atténuation des tempêtes, débit d'eau	**Services d'approvisionnement :** eau **Services de régulation :** atténuation des tempêtes, débit d'eau	-	-
MOYEN	**Services d'approvisionnement :** eau **Services de régulation :** débit d'eau	**Services de régulation :** assainissement des déchets solides, contrôle biologique, filtration de l'air, atténuation des inondations fluviales et des tempêtes	**Services d'approvisionnement :** eau **Services de régulation :** contrôle biologique, régulation du climat mondial, débit d'eau	**Services d'approvisionnement :** matériel génétique **Services de régulation :** purification de l'eau, qualité des sols, contrôle biologique, filtration de l'air, atténuation des inondations fluviales, régulation du climat mondial et local	**Services d'approvisionnement :** matériel génétique **Services de régulation :** assainissement des déchets solides, purification de l'eau, qualité des sols, contrôle biologique, filtration de l'air, atténuation des inondations fluviales, régulation du climat mondial et local	**Services d'approvisionnement :** eau **Services de régulation :** assainissement des déchets solides, atténuation des inondations fluviales et des tempêtes, débit d'eau (textiles et cuir), purification de l'eau (textiles), filtration de l'air (cuir)	**Services de régulation :** retenue des sols et des sédiments, atténuation des inondations fluviales et des tempêtes, débit d'eau

L'analyse met en évidence un niveau de dépendance important à des services d'approvisionnement et de régulation offerts par les écosystèmes pour la production des matières premières utilisées dans la fabrication des produits commercialisés par le Groupe.

Le niveau de dépendance est particulièrement marqué pour le coton, la laine, le cuir et le bois (matière première dont sont issues les fibres cellulosiques artificielles comme la viscose) et moins prononcé pour le pétrole qui constitue la matière première des fibres synthétiques.

Le niveau de dépendance aux services écosystémiques pour les activités industrielles de transformation des textiles et du cuir ainsi que des activités de vente est d'une intensité moyenne.

(1) Explore tool and Natural Capital Module.

Analyse des risques et opportunités

L'évaluation des impacts sur la biodiversité et des dépendances aux services écosystémiques a servi de base à la réalisation d'une analyse des risques physiques et de transition auxquels le Groupe est exposé aux horizons 2030 et 2050. L'analyse s'est appuyée sur la méthodologie édictée par la *Taskforce on Nature-related Financial Disclosures* (TNFD) qui propose des scénarios variant en fonction de deux dimensions :

- le niveau de dégradation des services écosystémiques dans le temps faisant varier les risques physiques et conduisant selon le degré d'exposition des entreprises à diverses perturbations (raréfaction des matières premières, dysfonctionnements des opérations, etc.) ;
- le niveau d'importance accordé à la protection de la nature dans les politiques publiques et la pression exercée par le monde financier et la société civile sur les entreprises en la matière. Cette dimension influe sur l'ampleur des risques de transition.

Les conclusions de l'analyse de risques sont présentées dans le tableau ci-dessous.

Types de risques	Méthode d'analyse	Risques matériels identifiés
Risques physiques	Évaluation des risques physiques dans les principaux pays d'approvisionnement des matières premières utilisées par SMCP présentant un fort niveau de dépendance aux services écosystémiques (coton, laine, cuir, viscose). Évaluation pays réalisée *via* l'outil *Biodiversity Risk Filter* du WWF.	• Risque de baisse de productivité du coton et d'augmentation des coûts en cas de dégradation prononcée des services écosystémiques essentiels à sa production. Ce risque est évalué à un niveau supérieur à celui des autres matières premières en raison de la localisation géographique des cultures de coton (ex. : risque fort en matière d'approvisionnement en eau ou de qualité des sols en Inde, second producteur mondial de coton).
Risques de transition	Évaluation des risques de transition sur la base des travaux du consortium de recherche *IPR Forecast Policy Scenario + Nature* (IPR FPS + Nature) commissionné par l'initiative *Principles for Responsible Investments* (PRI).	• Risque d'augmentation des coûts liés à l'approvisionnement en matières ciblées par des réglementations de lutte contre la déforestation (cuir et viscose pour SMCP notamment). • Risque de réputation lié à une mauvaise gestion des impacts de l'entreprise sur la biodiversité.

Aucune opportunité n'a été identifiée dans le cadre de cette analyse.

PLAN DE TRANSITION RELATIF À LA BIODIVERSITÉ ET AUX ÉCOSYSTÈMES (E4-1) INCLUANT LES POLITIQUES (E4-2) ET LES OBJECTIFS (E4-4)

La préservation des écosystèmes et de la biodiversité constitue un axe majeur de la stratégie de développement durable du Groupe. 68 % des matières utilisées pour la fabrication des produits commercialisés par les marques de SMCP sont issues de l'agriculture (coton, lin, soie, élevage pour la laine ou le cuir) et de l'exploitation forestière (viscose) et dépendent directement de services écosystémiques essentiels (pollinisation, ressources génétiques, régulation du régime des pluies, rétention des sédiments dans les sols, etc.). La production des collections a également des impacts significatifs sur la biodiversité *via* le changement d'utilisation des sols, l'utilisation de ressources naturelles, la pollution de l'eau ou de l'air et la contribution au changement climatique. Ces dépendances et ces impacts pourraient se traduire en risques matériels pour le Groupe au cours des prochaines années selon le niveau de dégradation des écosystèmes (risques physiques) ou le niveau d'importance accordée au sujet par les pouvoirs publics et la société civile (risques de transition).

Afin de répondre à ces défis, SMCP a structuré en 2024 sa stratégie biodiversité autour des principes suivants :

- faire de la traçabilité la condition de base nécessaire à toute amélioration ;
- prioriser les enjeux matériels, à savoir la production des matières premières ;
- décliner les principes d'action définis par le *Science Based Targets Network* (SBTN) : éviter, réduire, régénérer et transformer ;
- agir aussi bien au niveau local (identification des fournisseurs à proximité de zones clés de biodiversité, projet de laine régénérative en Uruguay) qu'au niveau global (réduction de la surface de terres agricoles utilisées, approvisionnement en matières certifiées, objectifs de réduction de l'empreinte carbone, etc.) ;
- contribuer à l'atteinte des objectifs 2030 du Cadre mondial de la biodiversité de Kunming-Montréal et notamment ceux visant à stopper la perte de biodiversité, à régénérer 30 % des espaces dégradés ou à réduire de moitié le risque global lié aux pesticides.

La stratégie biodiversité a été validée par le Conseil d'administration du Groupe après sa présentation dans le cadre du Comité RSE. La prise en compte des intérêts des parties prenantes s'effectue via l'inscription de la stratégie du Groupe dans le cadre du SBTN, qui rassemble des ONG au niveau international et des accords de Kunming-Montréal placés sous l'égide de l'ONU. La stratégie du Groupe vise également à contribuer aux stratégies européenne et française[1] sur la biodiversité. SMCP est également partenaire de l'ONG Canopy et soutient son action de protection des forêts.

(1) Notamment la mesure 4 de l'axe 1 : « Agir sur nos importations pour réduire notre empreinte biodiversité à l'étranger ».

La stratégie biodiversité a de fortes interactions avec le plan de transition climatique du Groupe. Le changement climatique est un des principaux facteurs de dégradation des écosystèmes faisant de la réduction des émissions de gaz à effet de serre un levier majeur pour réduire la perte de biodiversité. Par ailleurs, de nombreuses actions mises en œuvre pour réduire l'empreinte carbone du Groupe (développement des matières recyclées, décarbonation du mix énergétique des fournisseurs, etc.), ont également des effets positifs en matière de biodiversité.

Une analyse de résilience a été réalisée à 2030 et 2050 en fonction de scénarios définis par la *Taskforce on Nature-related Financial Disclosures* (TNFD) et sur la base des risques systémiques physiques et des risques de transition mentionnés ci-dessus. Les risques physiques concernent la chaîne de valeur amont du Groupe et les risques de transition les chaînes de valeur amont et aval. Les risques liés à la baisse des rendements des cultures de coton peuvent être maîtrisés *via* le développement du coton recyclé et la diversification des zones d'approvisionnement. Les politiques prévues en faveur de la protection de la biodiversité sont également jugées suffisantes pour prévenir les risques de transition liés à la réglementation et aux attentes des consommateurs. Au final, la résilience du Groupe face aux risques de perte de biodiversité est jugée satisfaisante.

Les politiques liées à la biodiversité et aux écosystèmes définies par le groupe SMCP visent à apporter des réponses adaptées aux impacts et risques matériels identifiés et sont, à ce titre, fortement orientées sur les modalités d'approvisionnement des matières premières utilisées dans la fabrication des produits du Groupe. Ces lignes directrices sont partagées avec les fournisseurs du Groupe. La traçabilité des chaînes d'approvisionnement, jusqu'aux étapes de culture et d'élevage, constitue un socle indispensable à leur déploiement et fait l'objet d'un programme dédié dans toutes les marques du Groupe décrit dans le paragraphe « 3.4.3 Traçabilité » de ce rapport.

Les politiques s'articulent autour des quatre grands principes d'action définis par le SBTN :

- **éviter** d'avoir des impacts négatifs sur la nature ;
- **réduire** les impacts inévitables ;
- **restaurer et régénérer** les écosystèmes critiques pour le bon fonctionnement de la planète ;
- **transformer** les systèmes sous-jacents pour s'attaquer aux facteurs de perte de la nature.

Éviter

La stratégie d'évitement des atteintes à la biodiversité et aux écosystèmes se manifeste à travers les engagements suivants :

- interdiction du recours à des matières issues d'espèces animales protégées mentionnées dans la convention CITES et la liste rouge de l'IUCN. Les marques du Groupe utilisent uniquement des matières animales issues de la filière alimentaire (bœuf, veau, agneau pour le cuir) ou de la laine en provenance d'élevages domestiques (mouton, mohair, chèvre cachemire). Les fourrures et cuirs d'espèces exotiques (pythons, crocodiles, lézards, etc.) ne sont pas autorisés ;
- zéro déforestation liée aux approvisionnements en matières premières à risque d'ici à 2026. Parmi les matières premières considérées comme à risque en matière de déforestation, SMCP est concerné principalement par les dérivés du bois (papier, carton et viscose) et le cuir. L'atteinte de cet objectif nécessite le recours à des certifications (FSC et recyclé notamment pour la viscose et le carton) ou à des approvisionnements excluant les zones à risque élevé de déforestation (bassin amazonien notamment pour le cuir sauf si la tannerie est en mesure de prouver que l'élevage dont est issu le cuir n'a pas causé de déforestation). Les engagements pris par le Groupe sur la lutte contre la déforestation ont fait l'objet d'un échange avec l'association environnementale Canopy ;
- zéro conversion d'écosystèmes naturels liée aux opérations et chaînes d'approvisionnement d'ici à 2030[1]. L'atteinte de cet objectif, plus large que le précédent, nécessite le recours à des certifications pour les matières premières intégrant cette dimension de non-conversion des écosystèmes (ex. : certification RWS pour la laine, *Regenerative Organic Cotton*) et une traçabilité à l'échelle locale pour les matières sourcées dans des pays à risque élevé ;
- identification dans les chaînes d'approvisionnement des sites évalués à risque en raison de leur proximité avec des zones clés de biodiversité avec pour objectif de passer en revue d'ici à 2025 100 % des fournisseurs avec lesquels le Groupe a une relation contractuelle au niveau du rang 1 (confection, assemblage) et du rang 2 (tissage) puis de couvrir l'intégralité des étapes de production d'ici à 2030. Les sites concernés feront l'objet d'investigations pour s'assurer de la bonne prise en compte de ce risque par les fournisseurs.

Réduire

La réduction des impacts générés par l'activité du Groupe sur les écosystèmes et la biodiversité fait l'objet de diverses politiques détaillées dans d'autres parties du rapport de durabilité portant sur :

- le développement du recours à des matières recyclées (polyester, viscose, laine, coton, laiton, cuir) qui permet de diminuer l'occupation des sols pour les cultures et l'élevage et de réduire l'exploitation de ressources naturelles (eau, bois, etc.) tout en ayant aussi des impacts indirects positifs sur la réduction des émissions de GES et des pollutions. L'objectif défini par le Groupe est d'atteindre 30 % de matières recyclées d'ici à 2030 (voir paragraphe 3.2.5 « Utilisation des ressources et économie circulaire (E5) » pour plus d'informations) ;
- la certification d'ici à 2030 de 100 % des matières par des standards environnementaux couvrant des enjeux tels que le management des sols, la préservation de la biodiversité, la réduction de la consommation d'eau, des pollutions ou des émissions de GES : certifications GOTS et OCS pour le coton, certification RWS pour la laine, certification FSC pour la viscose, cuir issu de tanneries certifiées LWG, etc. (voir paragraphe 3.2.5 « Utilisation des ressources et économies circulaires (E5) ») ;
- la réduction des émissions de gaz à effet de serre avec des objectifs validés par l'initiative SBTi (voir paragraphe 3.2.1 « Changement climatique (E1) »).

En complément des objectifs mentionnés ci-dessus, SMCP a pris un engagement supplémentaire visant à réduire de 20 % entre 2023 et 2030 la surface de terres agricoles nécessaires à ses approvisionnements en matières naturelles (coton, lin, viscose, cuir, laine, cachemire). Cet objectif va au-delà du seuil minimum fixé par le SBTN (0,35 %/an de réduction).

(1) 2020 est l'année de référence utilisée pour déterminer la conversion d'écosystèmes naturels.

Régénérer

SMCP a pour objectif de soutenir financièrement au cours des prochaines années des projets d'agriculture régénératrice dans ses chaînes d'approvisionnement répondant aux critères suivants : la régénération des sols, l'augmentation de la biodiversité, l'élimination de l'utilisation des intrants synthétiques, l'amélioration des moyens de subsistance des agriculteurs et l'amélioration du bien-être animal. Les marques du Groupe développeront en parallèle les achats de matières auprès des projets soutenus.

La laine, qui est la matière première utilisée par le Groupe avec les impacts sur les écosystèmes les plus importants, a été ciblée de façon prioritaire pour la mise en place d'un premier projet. En effet, fin 2024, SMCP et ses marques ont signé un partenariat à long terme avec Chargeurs Luxury Fibers, dans le cadre d'un programme d'agriculture régénérative mené en Uruguay. À travers ce projet, SMCP souhaite accompagner la transition de plusieurs exploitations vers des pratiques d'élevage ovin régénératives, favorisant la restauration des sols, la préservation de la biodiversité, le soutien aux communautés locales et le respect du bien-être animal. La laine issue de ces élevages sera utilisée par les marques du Groupe pour la confection de pièces traçables, certifiées par le label NATIVA™ Regen.

Des partenaires scientifiques (Quantis, *Uruguay Agricultural Research Organization*) mesureront tout au long du projet à l'aide d'indicateurs dédiés les bénéfices environnementaux apportés par ces nouvelles pratiques (séquestration carbone dans le sol, *Ecosystem Integrity Index*, etc.).

Transformer

Le volet transformationnel de la stratégie vise en premier lieu à contribuer à la sensibilisation de différents publics (collaborateurs, clients) aux interactions entre le secteur de la mode et la biodiversité et à former les équipes en charge du *design* et de la fabrication des produits sur ces questions.

SMCP a aussi la volonté de collaborer dans le cadre d'initiatives sectorielles ou de groupes de travail pour partager ses connaissances et soutenir une prise en compte renforcée des enjeux de biodiversité dans les politiques sectorielles ou les référentiels de certification. SMCP est à ce titre membre du *Leather Working Group* depuis 2023 qui œuvre, entre autres sujets, à l'amélioration de la traçabilité dans la filière du cuir pour lutter contre la déforestation. Le Groupe est également partenaire de l'ONG Canopy qui lutte contre la déforestation liée à la consommation d'emballages (papier, carton) et de fibres artificielles cellulosiques (viscose, modal, rayon, etc.).

Au regard de la dimension qualitative de ce pilier du SBTN, la fixation d'un objectif paraît non pertinente.

ACTIONS ET RESSOURCES LIÉES À LA BIODIVERSITÉ ET AUX ÉCOSYSTÈMES (E4-3)

Envoyé chaque année aux fournisseurs en charge de la fabrication des produits, le cahier des charges RSE spécifie les exigences à respecter en matière de prévention des risques de déforestation (certification FSC et évaluation positive par Canopy des fournisseurs de viscose, non-approvisionnement en cuir issu de zones à risque de déforestation). L'amélioration chaque année de la traçabilité des filières de production des matières premières permet également de vérifier le respect de ces exigences le paragraphe (voir paragraphe 3.4.3 « Traçabilité »). .

En complément des fournisseurs de rang 1, les fournisseurs de tissus travaillant à façon (rang 2) ont fait l'objet en 2025 d'une analyse (*via* l'outil *Risk filter du WWF*) visant à identifier les sites situés à proximité de zones clés en matière de biodiversité (voir paragraphe ci-après « Indicateurs liés à la biodiversité et aux écosystèmes (E4-5) – Analyse de la proximité des sites avec des zones protégées ou à forte valeur de biodiversité »). Cette analyse n'a pas mis en évidence de risques particuliers.

Des avancées notables au niveau de la proportion de matières certifiées sont également à noter et contribuent à la réduction des impacts du Groupe sur les écosystèmes et la biodiversité (voir paragraphe 3.2.5 « Utilisation des ressources et économies circulaires (E5) »). La réduction de la consommation de cachemire et le développement de l'utilisation de laine et de cachemire recyclés ont fortement contribué à la réduction de la surface agricole utilisée pour les approvisionnements du Groupe en matières naturelles (-11 % entre 2024 et 2025).

Enfin, le programme de soutien à la laine régénérative NATIVA™ en Uruguay a été lancé en 2025. Il concerne 10 fermes sur une surface de 21 000 hectares de pâturages. Des premiers produits ont été développés par Sandro et Maje avec la laine NATIVA™ Regen. Claudie Pierlot et Fursac intégreront pour leur part cette laine à leurs produits à partir de 2026. La marque Maje a organisé en 2025 une communication dédiée sur son partenariat avec Nativa afin de sensibiliser ses clients aux enjeux de l'agriculture régénérative. Dans ce cadre, un court métrage filmé en Uruguay dans une des fermes soutenues par SMCP a été projeté dans un cinéma parisien.

Les ressources financières allouées à la politique biodiversité sont essentiellement constituées des achats de matières certifiées. Ces coûts sont présentés dans le paragraphe 3.2.5 « Utilisation des ressources et économie circulaire (E5) » du rapport de durabilité.

INDICATEURS LIÉS À LA BIODIVERSITÉ ET AUX ÉCOSYSTÈMES (E4-5)

Afin de suivre ses impacts et l'avancement de ses politiques en matière de biodiversité, le Groupe a volontairement défini les indicateurs et objectifs présentés ici.

D'autres indicateurs permettant de suivre l'avancée de politiques contribuant à la stratégie biodiversité du Groupe sont présentés dans les paragraphes 3.2.1 « Changement climatique (E1) » (émission de gaz à effet de serre), 3.2.3 « Ressources aquatiques et marines (E3) » (consommation d'eau liée à la fabrication des produits) et 3.2.5 « Utilisation des ressources et économie circulaire (E5) » (% de matières certifiées, % de matières recyclées) du rapport de durabilité.

Analyse de la proximité des sites avec des zones protégées ou à forte valeur de biodiversité

L'indicateur présenté repose sur une analyse géospatiale combinant cinq sous-indicateurs issus de l'outil d'évaluation WWF Risk Filter. Il vise à apprécier le niveau de proximité des sites des fournisseurs de SMCP avec des zones protégées ou à forte valeur de biodiversité. Cette approche intègre successivement : (i) la proximité avec des zones protégées ou conservées, (ii) la proximité avec des zones clés pour la biodiversité (Key Biodiversity Areas), (iii) la proximité avec d'autres zones d'importance écologique identifiées, (iv) l'état de conservation des écosystèmes environnants, et (v) la rareté des aires de répartition des espèces.

2024	2025	Objectifs
100 % des fournisseurs de rang 1	100 % des fournisseurs de rang 1 et de rang 2 (achats directs de tissus)	2025 : 100 % des fournisseurs de rang 1 et rang 2 avec lesquels le Groupe a une relation contractuelle 2030 : 100 % des fournisseurs indirects stratégiques[1] (tissage, teinture, filature, production des matières premières)

	Niveau de risque				
	Très faible	Faible	Modéré	Élevé	Très élevé
Fournisseurs de rang 1 et de rang 2 avec lesquels le Groupe a une relation contractuelle	0 %	19 %	81 %	0 %	0 %

Le Groupe a atteint en 2025 son objectif de réaliser une analyse d'impact sur la biodiversité pour les sites de tous ses fournisseurs de rang 1 et de rang 2 avec lesquels il entretient une relation contractuelle. Cette analyse met en évidence que ces sites ne présentent pas de risque élevé d'impacts dans des zones protégées ou à forte valeur de biodiversité.

Surfaces agricoles utilisées pour les approvisionnements du Groupe en matières naturelles

2023 (année de référence)	2024	2025	Evolution 2023-2025 *(en %)*	Objectif de réduction 2023-2030 *(en %)*
8 007 hectares	7 812 hectares	6 945 hectares	- 13,3 %	- 20 %

La surface agricole mobilisée pour la production des matières premières naturelles utilisées dans la fabrication des produits a baissé de 11 % entre 2024 et 2025. Par rapport à l'année de référence 2023, la baisse est de 13,3 %.

Précisions méthodologiques

Les facteurs utilisés sont ceux de la base européenne EF 3.1 appliqués aux quantités de matières premières naturelles utilisées pour la fabrication des produits du Groupe. Les résultats obtenus dans une unité en points sont convertis en hectares via la méthode ReCiPe.

(1) Fournisseurs impliqués dans la fabrication de produits à forte volumétrie, depuis plusieurs saisons.

3.2.5 Utilisation des ressources et économie circulaire [E5]

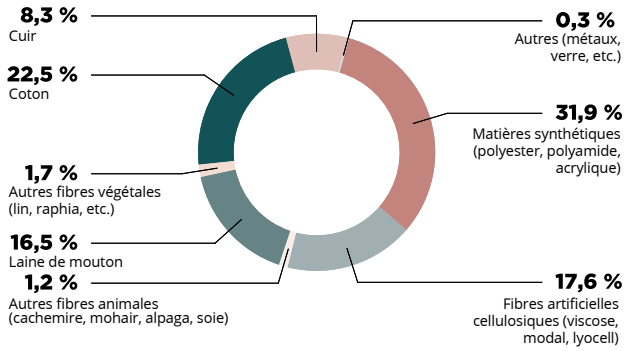
IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS MATÉRIELS LIÉS À L'UTILISATION DES RESSOURCES ET À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE (IRO-1)

Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités	Politiques et actions de gestion des impacts, risques et opportunités
Consommation de matières	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : utilisation de matières premières vierges conduisant à l'épuisement de ressources naturelles (fibres naturelles) ou d'origines non renouvelables (fibres synthétiques). Impacts divers sur l'environnement liés aux matières premières évoqués dans les ESRS E1, E2, E3 et E4	• Risque opérationnel : augmentation des coûts liés à l'achat de matières certifiées • Risque réglementaire : réglementation instaurant un système de bonus/malus sur les produits en fonction de leur degré d'éco-conception • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques insuffisamment engagées en matière d'éco-conception des produits ou jugées responsables d'une production excessive conduisant à une baisse de chiffre d'affaires • Opportunité financière : renforcement de l'image de marque et de l'attractivité commerciale, en réponse aux attentes croissantes des clients et des consommateurs en matière de durabilité	• Ajustement de la production à la demande pour réduire les invendus • Certification des matières avec des labels environnementaux de référence avec un accent particulier mis sur les matières recyclées • Certification FSC ou PEFC des emballages en papier/carton
Fin de vie des produits	Opérations propres et chaîne de valeur aval	• Impact négatif : faible taux de collecte des produits en fin de vie se traduisant par l'orientation vers des filières de traitement des déchets non appropriées. Mauvaise recyclabilité des produits	Non matériel	• Zéro destruction des invendus et mise en œuvre de solutions de réparation/recyclage pour les produits défectueux
Services de mode circulaire (réparation, location, seconde main)	Opérations propres et chaîne de valeur aval	• Impact positif : prolongation de la durée de vie des produits et réduction de l'utilisation de matières premières	• Risque réputationnel : report d'une part des clients des marques vers l'achat de produits de seconde main sur des plateformes CtoC • Opportunité financière : développement d'un chiffre d'affaires additionnel *via* des services de seconde main, location et réparation. Fidélisation et recrutement de clients grâce à ces nouveaux services	• Développement des offres de services de seconde main, de location et de réparation par les marques du Groupe

L'essentiel des matières consommées pour l'activité du groupe SMCP est lié à la fabrication des produits et des emballages. L'utilisation de ces matières contribue à l'épuisement de ressources naturelles et constitue la première source d'impact sur l'environnement des activités du Groupe (émissions de gaz à effet de serre, pollutions, consommation d'eau, dégradation des écosystèmes et de la biodiversité).

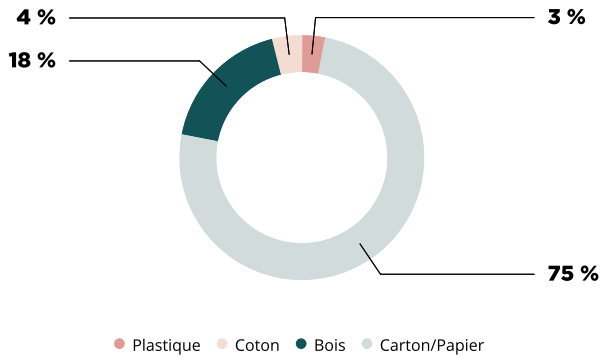
La fabrication des produits nécessite la consommation annuelle de 5 175 tonnes de matières, constituées à 68 % de matières d'origine naturelle (fibres végétales, fibres animales, fibres artificielles cellulosiques et cuir). Les matières les plus consommées sont le coton, le polyester, la laine, la viscose et le cuir.

Matières utilisées dans les produits



Le Groupe utilise des emballages pour protéger les produits lors de leur transport (cartons, palettes en bois, films plastiques) ou de leur commercialisation (sacs de caisse, papiers de soie, pochons en coton pour la maroquinerie, boîtes à chaussures, housses de costumes, cartons ou enveloppes pour l'e-commerce). La production des emballages nécessite la consommation de 2 465 tonnes de matières à 97 % d'origine naturelle (carton, papier, bois, coton). 75 % des emballages sont constitués de papier ou de carton.

Matières utilisées dans les emballages



Les sites (boutiques, entrepôts, sièges) sous le contrôle opérationnel de SMCP ne génèrent pas des quantités importantes de déchets en comparaison des quantités produites lors de la fabrication des produits et de la fin de vie des emballages et des produits vendus. Les déchets produits par les entrepôts, sièges et boutiques du Groupe sont essentiellement composés d'emballages (palettes, cartons, films en plastique) et de papier.

L'analyse de risques s'appuie en grande partie sur les conclusions formulées dans le cadre d'autres thématiques qui concernent aussi le sujet des matières :

- risques physiques : comme indiqué dans les parties précédentes, le coton a été identifié comme la matière première la plus exposée à des risques physiques liés au changement climatique ou à la dégradation des écosystèmes, pouvant conduire à une augmentation des coûts ;
- risques de transition : l'émergence de nouvelles réglementations (taxe carbone, déforestation) ou des changements d'habitude de consommation sont également évoqués dans les parties sur les analyses de risques liés au climat et à la biodiversité et sont directement liés à l'utilisation de matières premières.

Certains risques de transition peuvent être en complément directement rattachés à la question des matières :

- le développement des achats de matières certifiées par le Groupe (coton biologique, matières recyclées, etc.) qui génère des coûts additionnels ;
- le développement potentiel de nouvelles réglementations en France et en Europe reposant sur des systèmes de bonus/malus déterminés en fonction du degré d'éco-conception des produits (caractéristiques des matières, recyclabilité, durabilité physique, etc.) et/ou de critères de durabilité extrinsèque (durée de commercialisation, nombre de références commercialisées, etc.).

Le développement de nouveaux services d'économie circulaire tels que la seconde main, la location ou la réparation est considéré comme une opportunité pour le Groupe de diversifier son activité et trouver de nouveaux relais de croissance. Ces nouveaux services permettent par ailleurs d'augmenter la durée de vie des produits commercialisés et d'avoir de ce fait un impact bénéfique pour l'environnement en contribuant à réduire la production d'articles neufs. Par ailleurs l'utilisation de matières certifiées sur le plan environnemental peut contribuer à renforcer l'attractivité des produits pour les clients du Groupe.

POLITIQUES (E5-1) ET OBJECTIFS (E5-3) EN MATIÈRE D'UTILISATION DES RESSOURCES ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Les politiques mises en œuvre en matière d'utilisation des ressources et d'économie circulaire s'articulent autour de trois axes, couvrant chaque étape du cycle de vie des produits et l'ensemble de la chaîne de valeur du Groupe : la fabrication, l'utilisation et la fin de vie.

Réduire la consommation de matières vierges et privilégier les matières certifiées lors de la fabrication

La réduction de la consommation de matières consiste en premier lieu à ajuster au mieux la production des produits à la demande afin de limiter les quantités d'invendus. Ceci passe par un travail d'allocation des bonnes quantités de produits aux points de vente et de centralisation des stocks. Le recours à des matières recyclées dans les produits constitue également un axe prioritaire d'éco-conception au service de la réduction de l'ensemble des impacts environnementaux du Groupe (émissions de CO_2, consommation d'eau, pollutions, biodiversité, occupation des terres, etc.).

En complément des matières recyclées, un ensemble de matières à plus faible impact environnemental est également privilégié par les marques de SMCP. Cette sélection de matières repose sur des labels indépendants dont les bénéfices environnementaux sont établis sur la base de données factuelles et publiques. Ces critères sont partagés à chaque saison avec l'ensemble des fournisseurs.

Les matières à plus faible impact environnemental reconnues par le Groupe sont :

- le coton biologique certifié selon les labels *Global Organic Textile Standard* (GOTS) ou *Organic Content Standard* (OCS) ;
- Les matières issues de l'agriculture régénérative certifiées *Regenagri* ou Nativa™ Regen.
- les matières recyclées (polyester, nylon, laine, viscose, coton, cuir, etc.) certifiées selon les labels *Global Recycled Standard* (GRS) ou *Recycled Claim Standard* (RCS) ;
- la laine de mouton, d'alpaga ou de chèvre angora (laine mohair) certifiée selon des labels de préservation des écosystèmes et du bien-être animal : *Responsible Wool Standard* (RWS) et Nativa pour la laine de mouton, *Responsible Mohair Standard* (RMS) pour la laine mohair et *Responsible Alpaca Standard* (RAS) pour la laine d'alpaga ;
- la viscose certifiée *Forest Stewardship Council* (FSC) garantissant un approvisionnement en bois issu de forêts gérées durablement ainsi que certaines marques de viscose (ex. : LENZING™ ECOVERO™, Livaeco™) qui, en plus d'être certifiées FSC, appliquent des procédés de fabrication plus vertueux sur le plan environnemental (forte réduction de la consommation d'eau, d'énergie et de produits chimiques) ;
- le lin européen certifié par les labels *European Flax* ou *Master of Linen* ;
- le cuir issu de tanneries certifiées selon le label *Leather Working Group* (LWG). Ces tanneries répondent aux meilleures pratiques sectorielles en matière de consommation d'eau, d'énergie ou d'utilisation de produits chimiques.

L'objectif est d'atteindre 100 % de matières certifiées dans les produits (prêt-à-porter et accessoires) dont 30 % de matières recyclées d'ici à 2030.

Concernant les emballages, les lignes directrices du Groupe privilégient également le recours à des matières recyclées et certifiées (labels FSC ou PEFC pour le papier et le carton notamment). Les engagements concernant les emballages en papier et carton sont retranscrits dans la politique *CanopyStyle* et *Pack4Good* du Groupe, signée dans le cadre de sa collaboration avec l'ONG Canopy.

L'objectif est que 100 % des emballages en papier et carton (cartons logistiques et e-commerce, étiquettes, papier de soie, sacs de caisse, boîtes à chaussures) soient en matière recyclée ou certifiée d'ici à 2026.

Prolonger la durée de vie des produits

L'allongement de la durée de vie des produits commercialisés par le Groupe participe également à la réduction des consommations de ressources naturelles.

Cette démarche se manifeste tout d'abord par des politiques qualité au sein des marques définissant des protocoles de tests à respecter avant la mise sur le marché des produits (tests de résistance à l'abrasion, au dégorgement de la teinture, etc.). Les marques du Groupe participent par ailleurs au projet DURHABI, piloté par l'Institut français du textile et de l'habillement (IFTH), visant à normaliser à l'échelle mondiale l'évaluation de la durabilité physique des produits textiles mode.

En complément, SMCP développe depuis 2021 des services de seconde main, de location et de réparation qui permettent *in fine* d'accroître la durée d'utilisation des produits. L'émergence de ces nouvelles activités constitue également une source d'information utile pour analyser les causes d'usure et les difficultés de réparation des produits afin d'en tirer des enseignements pour améliorer la conception des collections.

Le Groupe entend poursuivre au cours des prochaines le développement de ces services circulaires dans toutes ses marques et ses marchés les plus contributeurs.

Gérer de façon responsable la fin de vie des produits

Le groupe SMCP interdit la destruction des invendus partout dans le monde. Ceux-ci sont commercialisés dans le cadre d'*outlets* et de ventes privées ou font l'objet de dons à des associations.

Concernant les produits défectueux, la politique consiste en première intention à réparer les produits quand cela est possible pour les remettre dans un circuit de vente. Pour les produits non réparables ne pouvant être réutilisés, des solutions locales de recyclage doivent être mises en œuvre.

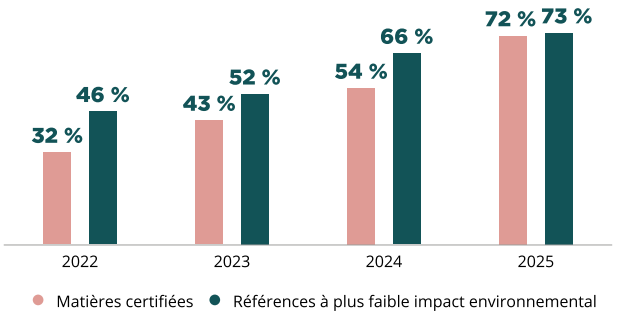
SMCP se conforme aux réglementations locales œuvrant à l'amélioration de la collecte et du recyclage des textiles usagés et verse notamment chaque année en France à l'éco-organisme *Refashion* une éco-contribution visant à financer le recyclage des vêtements, linges de maison et chaussures. Le développement de filières à responsabilité élargie des producteurs (REP) de ce type est prévu au cours des prochaines années dans d'autres pays européens.

ACTIONS ET RESSOURCES RELATIVES À L'UTILISATION DES RESSOURCES ET À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE (E5-2)

Utilisation de matières recyclées et certifiées

Le recours à des matières recyclées et certifiées dans les produits a poursuivi son développement en passant de 54 % des matières consommées en 2024 à 72 % en 2025. 73 % des références des collections 2025 sont par ailleurs constituées d'au moins 50 % de matières certifiées, seuil à partir duquel une communication auprès des clients est réalisée (étiquettes sur les produits, mention sur les fiches produits sur les sites internet).

Évolution de la part de matières certifiées et de la part de références à plus faible impact environnemental



Les matières recyclées représentent en 2025, 23 % des matières utilisées par le Groupe. Ce taux atteint 33 % chez Maje et 26 % chez Claudie Pierlot. 73 % du polyester utilisé est fabriqué à partir de matières recyclées. L'intégration de matières recyclées dans les fibres naturelles constitue un défi plus important que pour les matières synthétiques en raison d'une dégradation potentielle de la durabilité des produits. Des améliorations technologiques récentes ont permis aux marques du Groupe d'augmenter la part de recyclé dans les matières naturelles tout en maintenant leurs standards de qualité. À titre d'exemple, 41 % de la laine utilisée par Claudie Pierlot est recyclée et 22 % chez Maje. Maje a par ailleurs fortement développée le cachemire recyclé pour atteindre un taux de 57 % en 2025.

Concernant les autres certifications, 64 % de la laine utilisée par le Groupe est certifiée RWS, 71 % du coton est certifié biologique, 78 % de la viscose est certifiée FSC et 95 % du cuir est issu de tanneries certifiées LWG. Les marques surpassent la moyenne du Groupe sur certaines matières : Sandro atteint 78 % de coton biologique ; Maje 85 % de viscose certifiée FSC ; Claudie Pierlot et Fursac affichent respectivement 100 % et 98 % de cuir provenant de tanneries certifiées LWG Gold ou Silver.

Les quatre marques du Groupe se sont engagées en 2025 dans une démarche d'obtention de plusieurs certifications (GOTS, OCS, GRS, RWS) qui leur permettra dès 2026 de communiquer avec les logos officiels de ces standards sur les produits éligibles pour lesquels l'ensemble des étapes de fabrication sont certifiées (matières premières, filateurs, tisseurs, teinturiers, confectionneurs). La certification des marques a également pour objectif de renforcer la traçabilité des chaînes d'approvisionnement du Groupe.

Les coûts relatifs à l'achat de matières certifiées sont évalués à plusieurs millions d'euros pour l'année 2025.

TAUX DE CERTIFICATION PAR TYPE DE MATIÈRE

	2024	2025
Coton biologique	56 %	71 %
Coton recyclé	9 %	7 %
Total coton certifié	**65 %**	**79 %**
Laine RWS, GOTS, Nativa	51 %	64 %
Laine recyclée	9 %	14 %
Total laine certifiée	**59 %**	**78 %**
Viscose FSC	16 %	33 %
Viscose FSC et produite avec un procédé à impact réduit[1]	39 %	45 %
Total viscose certifiée	**54 %**	**78 %**
Cuir issu de tanneries LWG Gold & Silver	89 %	94 %
Total cuir issu de tanneries LWG	**89 %**	**95 %**
Polyester recyclé	**53 %**	**73 %**
TOTAL MATIÈRES CERTIFIÉES	**54 %**	**72 %**
TOTAL MATIÈRES CERTIFIÉES RECYCLÉES	**16 %**	**23 %**

Concernant les emballages, 97 % du papier et des cartons utilisés par le Groupe sont certifiés FSC, standard garantissant l'utilisation de matière première issue de forêts gérées durablement. Le taux de matière recyclée dans les sacs de caisse atteint par ailleurs 26 % en moyenne et est de 100 % pour le papier de soie. L'intégralité des films en plastique protégeant les produits lors du transport est composé de polyester recyclé certifié GRS.

Pour réduire les quantités d'emballages générées par l'e-commerce, plusieurs initiatives sont mises en place par les marques du Groupe : en Europe, des enveloppes réutilisables Hipli sont proposées aux clients des sites de vente de seconde main Sandro et Maje et des enveloppes en papier sont utilisées à la place de cartons par toutes les marques pour certaines expéditions de produits. Chez Maje, l'ensemble des produits de location est expédié et retourné dans des housses réutilisables. Aux États-Unis, les expéditions e-commerce non volumineuses sont effectuées avec des enveloppes en plastique biosourcé et biodégradable.

Seconde main, location et réparation

À la suite du lancement en 2021 en France de la seconde main chez Sandro et de la location chez Maje, les services circulaires offerts par les marques du Groupe ont connu un développement constant :

- **seconde main** : Sandro, Maje et Claudie Pierlot disposent d'un service en ligne d'achat et de revente de seconde main en France. Le service a été lancé en 2024 chez Claudie Pierlot. Les clients sont invités à ramener leurs produits en échange de bons d'achat utilisables en magasin ou en ligne sur des produits neufs ou de seconde main. Tous les produits sont authentifiés et nettoyés par des partenaires avant d'être remis en vente sur les sites dédiés des marques. Depuis 2024, la reprise de pièces de seconde main est également disponible dans une sélection de boutiques Sandro, Maje et Claudie Pierlot en France. La reprise en boutiques s'est intensifiée en France en 2025. Sandro propose également son offre de seconde main dans sept pays en Europe (Allemagne, Espagne, Portugal, Pays-Bas, Belgique, Luxembourg et Autriche);

(1) LENZING™ ECOVERO™, Livaeco™, JIRECELL™, ENKA™ viscose, TENCEL™ Lyocell notamment

- **location** : le service de location lancé par Maje en France est également disponible aux États-Unis depuis 2023. Les produits Maje et Sandro sont aussi proposés à la location aux États-Unis sur le site du leader du marché *Rent the Runway*. Fursac propose de son côté depuis 2024 la location de costumes en France sur le site de son partenaire Une Robe Un Soir;
- **réparation :** Maje et Sandro ont lancé en 2024 un nouveau service de réparation en France à destination des clients. Les demandes de réparation peuvent être effectuées en ligne ou directement dans une sélection de magasins. Le seuil des 1000 réparations a été atteint par Maje en 2025. Deux sessions de formation ont été organisées avec le partenaire de réparation de Sandro et Maje pour former des membres des équipes en charge de la conception et de la production des produits sur les bonnes pratiques à mettre en œuvre pour faciliter la réparation des produits. D'autres sessions du même type sont prévues pour 2026.

Le chiffre d'affaires des services circulaires a dépassé les 10 millions d'euros en 2025. Des informations complémentaires sur l'alignement des activités de seconde main et de location avec les critères d'éligibilité et d'alignement de la Taxonomie européenne sont disponibles au niveau du paragraphe 3.2.6 « Information sur la Taxonomie européenne ».

Don et recyclage des produits

En 2025, des dons de pièces ont été réalisés auprès de diverses associations (les Apprentis d'Auteuil, la Cravate Solidaire, Les Rois du Monde, etc.) ou d'écoles de mode.

Depuis cinq ans, SMCP et ses marques sont partenaires du lycée professionnel de Blanquefort (Bordeaux), établissement du réseau des Apprentis d'Auteuil dont la mission est d'accueillir, former et accompagner vers l'emploi des jeunes en difficulté sociale.

Chaque année, les marques du Groupe réalisent des dons de pièces issues d'anciennes collections au bénéfice de la boutique pédagogique gérée par les élèves de CAP vente. Ce dispositif leur permet de financer leurs projets tout en mettant en pratique les compétences acquises dans le cadre de leur formation.

Les produits défectueux n'ayant pu être réparée ont été orientés vers des filières recyclage.

INDICATEURS LIÉS À L'UTILISATION DES RESSOURCES ET À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE (E5-4 / E5-5)

Ressources entrantes (E5-4)

Matières utilisées pour la fabrication des produits

	2024	2025
Poids total (tonnes)	5 151	5 274
Poids des matières recyclées (tonnes)	818	1 199
Part de matières recyclées	16 %	23 %
Part de matières naturelles	68 %	68 %
Part de matières naturelles certifiées	62 %	79 %

	2024	2025	Objectif 2030
Part de matières certifiées utilisées pour la fabrication des produits	54 %	72 %	100 %

Entre 2024 et 2025 la part de matières certifiées (naturelles et synthétiques) utilisées pour la fabrication des produits est passée de 54 % à 72 %. 68 % des matières utilisées dans les produits sont d'origine naturelle (coton, lin, laine, cachemire, cellulose de bois, cuir) qui sont certifiées à hauteur de 79 %. Le polyester est la matière synthétique la plus utilisée par le Groupe.

Précisions méthodologiques

Les indicateurs sur les quantités de matières portent sur l'année civile 2025 (produits livrés entre le 1er janvier et le 31 décembre 2025). Les pertes de matières se produisant lors des différentes étapes de fabrication des produits sont prises en compte en se basant sur des données moyennes sectorielles.

Les certifications reconnues par SMCP sont :

- le coton biologique certifié selon les labels *Global Organic Textile Standard* (GOTS) ou *Organic Content Standard* (OCS) ;
- Les matières issues de l'agriculture régénérative certifiées *Regenagri* ou Nativa™ Regen ;
- les matières recyclées (polyester, nylon, laine, viscose, coton, cuir, etc.) certifiées selon les labels *Global Recycled Standard* (GRS) ou *Recycled Claim Standard* (RCS) ;
- la laine de mouton, d'alpaga ou de chèvre angora (laine mohair) certifiée selon des labels de préservation des écosystèmes et du bien-être animal : *Responsible Wool Standard* (RWS) pour la laine de mouton, *Responsible Mohair Standard* (RMS) pour la laine mohair et *Responsible Alpaca Standard* (RAS) pour la laine d'alpaga ;
- la viscose certifiée FSC garantissant un approvisionnement en bois issu de forêts gérées durablement ainsi que certaines marques de viscose à plus faible impact environnemental (ex. : LENZING™ ECOVERO™, Livaeco) ;
- le lin biologique et le lin européen certifié par les labels *European* Flax ou *Master of Linen* ;
- le cuir issu de tanneries certifiées selon le label *Leather Working Group* (LWG).

Matières utilisées pour la fabrication des emballages

	2024	2025
Poids total *(tonnes)*	2 361	2 465
Poids des matières recyclées *(tonnes)*	1 404	1 509
Part de matières certifiées (y compris recyclées)	90 %	94 %
Part de matières recyclées/réutilisées	59 %	61 %
Part de matières naturelles	96 %	97 %
Part de matières naturelles certifiées	93 %	94 %

	2024	2025	Objectif 2026
Part d'emballages en papier et carton certifiés FSC ou recyclés	96 %	97 %	100 %

97 % des emballages utilisés par SMCP sont en matières d'origine naturelle (cartons, palettes en bois, housses en coton). Les matières plastiques sont utilisées dans les films de protection des produits lors du transport et dans les enveloppes de livraison utilisées en Amérique du Nord pour l'e-commerce. Les palettes utilisées par la logistique sont issues de la réutilisation et une proportion significative des cartons et des sacs de caisse intègre de la matière recyclée.

Précisions méthodologiques

Les certifications reconnues par SMCP sont :

- le papier et le carton certifiés FSC ou PEFC ;
- les matières recyclées selon les standards GRS et RCS ;
- le plastique certifié compostable en compost domestique.

Ressources sortantes (E5-5)

La pérennité attendue, la recyclabilité et la réparabilité des produits textiles ne font pas l'objet de définitions officielles auxquelles se référer au niveau international.

En France, l'éco-organisme Refashion chargé de piloter la filière REP (Responsabilité Élargie du Producteur) des textiles, chaussures et linge de maison a identifié certains éléments pouvant constituer des perturbateurs importants au recyclage des vêtements. Parmi ceux-ci, SMCP est concerné par l'utilisation de fibres métalloplastiques dans certains produits. En se basant sur ce référentiel, 3 % des produits vendus par le Groupe contiennent des éléments perturbateurs au recyclage. Toutes les autres pièces commercialisées peuvent faire l'objet d'une forme de recyclage (ex. : effilochage pour fabriquer de l'isolant) bien que, à l'instar de l'ensemble du marché, une infime partie puisse prétendre à être recyclée en boucle fermée pour fabriquer de nouveaux vêtements. Le Groupe ne dispose pas d'informations lui permettant de déterminer si la fin de vie de ses produits diffère de celle de la moyenne des vêtements et accessoires de mode vendus dans les pays où il est présent.

Par ailleurs, les produits mis en vente par le Groupe sont conçus de manière à être portés à de nombreuses reprises en respectant les instructions d'entretien propres à chaque matière. Tous les produits commercialisés peuvent faire l'objet d'opérations de réparation si les dommages occasionnés par l'utilisateur du produit ne sont pas trop importants.

Enfin, l'intégralité des emballages utilisés par le Groupe sont recyclables.

3.2.6 Information sur la Taxonomie européenne

INTRODUCTION À LA TAXONOMIE EUROPÉENNE

Dans l'objectif d'orienter les investissements financiers vers des projets et activités durables tout en poursuivant l'objectif de neutralité carbone à 2050, la Commission européenne a établi en 2020 le règlement Taxonomie (règlement (UE) 2020/852).

Cette section est établie en application du règlement européen 2020/852 du 18 juin 2020 (dit règlement « Taxonomie verte »), des actes délégués (UE) 2021/2139 et (UE) 2021/2178, des règlements délégués RD Climat (2023/2485) et RD Environnemental (2023/2486) visant à favoriser les investissements durables d'un point de vue environnemental.

Conformément aux règlements délégués (EU) 2026/73, publiés au Journal officiel de l'Union européenne, SMCP a choisi d'utiliser les nouveaux tableaux de présentation introduits afin de simplifier la communication et la structuration des informations à publier concernant les activités économiquement durables au titre de la taxonomie européenne.

La Taxonomie verte vise à identifier les activités économiques répondant à au moins l'un des six objectifs environnementaux suivants :

- l'atténuation du changement climatique (CCM) ;
- l'adaptation au changement climatique (CCA) ;
- l'utilisation durable et la protection des ressources hydriques et marines (WTR) ;

- la transition vers une économie circulaire (CE) ;
- la prévention et la réduction de la pollution (PPC) ;
- la protection et la restauration de la biodiversité et des écosystèmes (BIO).

Conformément au règlement, pour l'exercice clos au 31 décembre 2025, SMCP communique la proportion de son chiffre d'affaires, de ses Capex et de ses Opex qui sont éligibles et alignés avec la Taxonomie au regard des six objectifs environnementaux.

Le chiffre d'affaires, les dépenses d'investissement et les charges d'exploitation qui entrent dans le périmètre de ce reporting couvrent l'ensemble des activités du Groupe et sont alignés avec le périmètre de consolidation des états financiers pour l'année 2025.

ÉVALUATION DES ACTIVITÉS ÉLIGIBLES

La majorité des activités du Groupe (99,1 %) à savoir la vente de prêt-à-porter, d'accessoires et de chaussures ne sont pas éligibles à la Taxonomie Européenne.

L'Union européenne a défini les activités qui pouvaient être éligibles à la Taxonomie. Les activités du groupe SMCP qui sont concernées sont :

- CE 5.1- Réparation, remise à neuf et reconditionnement en lien avec la réparation ;
- CE 5.4 – Vente de biens d'occasion ;
- CE 5.5 – Produits en tant que services et autres modèles de services circulaires axés sur l'utilisation ;
- CCM 7.3 – Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique ;
- CCM 7.7 – Acquisition et propriété de bâtiments.

Chiffre d'affaires éligible

En 2025, le chiffre d'affaires éligible du groupe SMCP est de 10,4 millions d'euros, en hausse de 76 % par rapport à 2024. Cette hausse s'explique par le développement des services en faveur de l'économie circulaire (voir paragraphe « Actions et ressources relatives à l'utilisation des ressources et à l'économie circulaire (E5-2) »).

Il correspond aux activités de vente de produits de seconde main opérées par les marques Sandro et Maje en Europe et aux activités de location de produits opérées par ces mêmes marques, directement ou par l'intermédiaire de partenaires, en Europe et aux États-Unis ainsi qu'aux activités de réparation opérées en France pour Maje et Sandro.

Les partenaires sont des sociétés qui réalisent la partie opérationnelle des services de seconde main et de location pour les marques du Groupe.

Ces trois activités contribuent à l'objectif d'économie circulaire de la Taxonomie.

Comme mentionné, ci-dessus la majorité des activités du Groupe ne sont pas incluses dans les règlements délégués, 99,1 % du chiffre d'affaires global du Groupe n'est pas éligible la Taxonomie.

Capex éligibles

Les Capex éligibles représentent 94 % des Capex.

Le Groupe n'est pas propriétaire des bâtiments qu'il exploite, les Capex concernés correspondent de ce fait aux nouveaux contrats de location des magasins (IFRS 16) et aux investissements liés à l'aménagement des bâtiments favorisant l'efficacité énergétique. 24 baux ont été nouvellement signés ou renouvelés au cours de l'année 2025 ; 30 boutiques ont été concernées par des travaux impliquant des aménagements favorisant l'efficacité énergétique (passage de l'éclairage en LED, changement de vitrines, changement de système de climatisation, etc.)

Ces activités contribuent à l'objectif d'atténuation du changement climatique.

Opex éligibles

Sur l'exercice 2025, le « Total Opex Taxonomie » tel que défini par les textes afférents (RD Article 8 (2021/2178)), s'élève à moins de 10 % des charges opérationnelles totales du Groupe (coût des ventes, charges de personnel et autres charges opérationnelles courantes). Au vu de ce montant limité et de la nature des charges visées, qui ne représentent pas le cœur de l'activité du Groupe, les travaux menés concluent à la non-matérialité de cet indicateur. Le numérateur est donc considéré comme nul. Conformément au règlement, l'analyse des « Opex Taxonomie » éligibles et alignées n'a donc pas été réalisée.

ÉVALUATION DES ACTIVITÉS ALIGNÉES

Chiffre d'affaires aligné

Activité 5.1 – Réparation, remise à neuf et reconditionnement en lien avec la réparation

SMCP a analysé le chiffre d'affaires et les investissements provenant de l'activité de réparation avec pour objectif la transition vers une économie circulaire. À la suite de cette analyse, le chiffre d'affaires relatif à cette activité est considéré comme non significatif.

Activité 5.4 – Vente de biens d'occasion

SMCP est concerné par l'activité 5.4 en raison de ses activités de vente de produits de seconde main opérées par les marques Sandro, Maje et Claudie Pierlot en Europe qui contribue à l'objectif d'économie circulaire.

Afin de pouvoir déterminer la part de son chiffre d'affaires aligné avec les critères de la Taxonomie, le Groupe a conduit une série d'entretiens avec l'ensemble de ses partenaires afin d'examiner l'alignement de la conduite de ses activités de seconde main au regard des critères de contribution substantielle à l'économie circulaire.

CONTRIBUTION SUBSTANTIELLE À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Pour être considérée comme contribuant de manière substantielle à l'économie circulaire, la vente de bien de seconde main doit s'effectuer dans le respect des conditions suivantes :

- l'activité économique consiste à vendre un produit d'occasion qui a été utilisé conformément à sa destination par un client (...) ;
- le produit vendu est couvert par un contrat de vente (...) ;
- lorsque l'activité économique implique la livraison de produits emballés à des clients, l'emballage primaire et secondaire du produit répond aux critères définis par l'Union européenne.

En ce qui concerne les deux premiers points, l'ensemble des services de seconde main sont couverts par des Conditions générales d'achats qui répondent aux deux critères.

En ce qui concerne les emballages, SMCP a procédé à une vérification des typologies d'emballages et de l'alignement avec les critères de l'Union européenne. Après analyse, les critères énoncés sont respectés.

SMCP a ensuite vérifié qu'il respectait le principe de ne pas causer de préjudice important aux cinq autres objectifs environnementaux et les garanties minimales.

CRITÈRES CONSISTANT À « NE PAS CAUSER DE PRÉJUDICE IMPORTANT » (*DO NO SIGNIFICANT HARM* – DNSH) :

- adaptation au changement climatique : conformément à la Taxonomie de l'UE, SMCP doit également prouver qu'il ne compromet pas de manière significative l'atteinte de l'objectif d'adaptation au changement climatique. Le Groupe a réalisé une étude l'exposition de ses activités aux risques climatiques physiques et de transitions (voir paragraphe 3.1.4 « Gestion des impacts, risques et opportunités (IRO) », « Changement climatique – E1 »). Aucun risque physique en lien avec l'activité de vente de biens d'occasion n'a été identifié. En complément, le Groupe a réalisé pour l'ensemble des lieux de stockage des produits de location, une étude d'exposition aux risques physiques à l'aune de scénarios conformes à ceux du GIEC (SSP 4-5 et 8-5) en utilisant l'outil *open source* R4RE [1]. Les résultats de cette étude ont mis en exergue l'exposition de ces sites à certains risques. Pour chaque risque identifié, un échange complémentaire avec les partenaires a été réalisé afin de prendre connaissance des mesures d'atténuation mise en place par les partenaires, qui ont été jugées satisfaisantes ;
- eau : une analyse des potentiels impacts de l'activité sur l'eau a été réalisée. Seules des consommations d'eau pour la préparation des produits (nettoyage, détachage) ont été identifiées et comme des actions pour limiter la consommation d'eau ont été mises en place par la totalité des partenaires des marques, le critère a été jugé aligné ;
- prévention et contrôle de la pollution : les DNSH relatifs à la pollution ont été validés après étude des éléments partagés par les partenaires pendant les différents entretiens. Les impacts potentiels sur la pollution en lien avec des rejets dans l'air, dans l'eau ou la génération de déchets sauvages étant quasi inexistants, il a été jugé que ces DNSH étaient respectés.

À la suite de cette analyse, le chiffre d'affaires aligné correspondant à l'activité 5.4 représente 2 millions d'euros.

Activité 5.5 – Produits en tant que services et autres modèles de services circulaires axés sur l'utilisation

SMCP est concerné par l'activité 5.5 de la Taxonomie en raison de ses activités de location de produits opérées en direct ou par l'intermédiaire de partenaires, en Europe et aux États-Unis.

Afin de pouvoir déterminer la part de son chiffre d'affaires aligné avec les critères de la Taxonomie, le Groupe a conduit une série d'entretiens avec l'ensemble de ses partenaires.

SMCP a ensuite vérifié qu'il respectait le principe de ne pas causer de préjudice important aux cinq autres objectifs environnementaux et les garanties minimales.

CONTRIBUTION SUBSTANTIELLE À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Pour être considérée comme contribuant de manière substantielle à l'économie circulaire, l'activité de location doit s'effectuer dans le respect des conditions suivantes :

- l'activité permet au client (personne physique ou morale) d'accéder au(x) produit(s) et de l'utiliser, tout en veillant à ce que la propriété reste entre les mains de l'entreprise qui fournit ce service ;
- l'activité permet d'allonger la durée de vie ou d'augmenter l'intensité d'utilisation du produit dans la pratique ;
- lorsque l'activité économique implique la livraison de produits emballés à des clients, l'emballage primaire et secondaire répond à l'un des critères suivants : l'emballage est composé d'au moins 65 % de matériaux recyclés, lorsqu'il est à partir de papier ou de carton, les matières premières primaires restantes sont certifiées par le *Forest Stewardship Council* (FSC) ou l'emballage a été conçu pour être réutilisé dans le cadre d'un système de réutilisation ;
- lorsque l'activité économique implique la blanchisserie et le nettoyage à sec de vêtements usagés, l'activité est conforme à un écolabel ISO de type 1 ou équivalent.

Pour vérifier ses différents éléments, le Groupe a réalisé des entretiens avec ses différents partenaires pour vérifier que les critères étaient respectés.

En ce qui concerne le premier point, l'ensemble des services de locations sont couverts par des conditions générales d'achats qui répondent aux critères. Les marques sont propriétaires des produits mis en location.

Concernant le critère d'augmentation de l'intensité d'usage, SMCP s'est appuyé sur l'étude de « Mode et économie de l'usage : une lente transformation[2]» réalisée par la Chambre de commerce et d'industrie Paris Île-de-France en novembre 2023 qui stipule qu'« un vêtement loué est porté 15 fois en moyenne alors qu'un vêtement acheté l'est six fois. »

En ce qui concerne les emballages et le nettoyage des produits, les partenaires sont en charge du nettoyage des produits, pour l'emballage la responsabilité est partagée entre la marque ou le partenaire selon les cas. Après vérification auprès des partenaires, les caractéristiques des emballages et du nettoyage sont alignées avec les critères de l'Union européenne.

Les activités de location du Groupe sont donc bien réalisées en alignement avec les critères définis par le règlement de Taxonomie européenne.

CRITÈRES CONSISTANT À « NE PAS CAUSER DE PRÉJUDICE IMPORTANT » (*DO NO SIGNIFICANT HARM* – DNSH) :

- adaptation au changement climatique : à cet égard, le Groupe a adopté la même démarche pour l'activité de vente de biens d'occasion. Aucun risque lié à l'activité de location n'a été identifié. Pour les lieux de stockage des produits, les mesures d'atténuation mise en place par les partenaires en cas de risques ont été jugées satisfaisantes ;
- eau : une analyse des potentiels impacts de l'activité sur l'eau a été réalisée. Seules des consommations d'eau pour la préparation des produits (nettoyage, détachage) ont été identifiées et comme des actions pour limiter la consommation d'eau ont été mises en place par la totalité des partenaires des marques, le critère a été jugé aligné ;
- prévention et contrôle de la pollution : les DNSH relatifs à la pollution ont été validés après étude des éléments partagés par les partenaires pendant les différents entretiens. Les impacts potentiels sur la pollution en lien avec des rejets dans l'air, dans l'eau ou la génération de déchets sauvages étant quasi inexistants, il a été jugé que ces DNSH étaient respectés.

À la suite de cette analyse, le chiffre d'affaires aligné correspondant à l'activité 5.5 représente 8,4 millions d'euros.

(1) R4RE (Resilience for Real Estate) est une plateforme gratuite développée par l'Observatoire de l'immobilier durable, permettant d'évaluer la résilience des bâtiments face aux risques climatiques et à la biodiversité en Europe.
(2) Lien vers l'étude : https://www.cci-paris-idf.fr/sites/default/files/2023-11/Étude%20prospective%20-%20Mode%20et%20 %C3 %A9conomie%20de%20l %27usage_3.pdf

Capex alignés

Activité 7.3 – Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique

CONTRIBUTION SUBSTANTIELLE À L'ATTÉNUATION DU CHANGEMENT CLIMATIQUE

SMCP est concerné par l'activité 7.3 en raison de son statut de locataire d'espaces commerciaux.

Le Groupe a récupéré auprès de son département architecture, les informations en lien avec les investissements réalisés pour améliorer l'efficacité énergétique des espaces commerciaux. Pour SMCP, les investissements alignés avec la Taxonomie correspondent majoritairement à l'installation d'éclairage LED, de système de gestion de l'énergie (EMS, *Energy Monitoring System*) et de nouveaux systèmes de climatisation efficaces en énergie ainsi qu'aux remplacements des vitrines lors des rénovations ou des ouvertures de boutiques.

L'ensemble des investissements d'éclairage LED et d'EMS ont été considérés comme efficaces en énergie. Pour les nouveaux systèmes de climatisation, le Groupe a récupéré auprès de ses fournisseurs des informations sur la performance énergétique des équipements installés (étiquette énergie, données de consommation théorique). Les équipements avec une étiquette supérieure à A ou un coefficient d'efficacité énergétique saisonnière (SEER, *Seasonal Energy Efficiency Ratio*) supérieur à 5,1 ont été considérés comme efficaces. Pour les vitrines, le remplacement ne se fait qu'après identification de problèmes d'étanchéité ou de fuites thermiques. De ce fait, tout changement de vitrines est considéré comme efficace.

Les « Capex Taxonomie » éligibles correspondant à l'activité 7.3 représentent 26,8 millions d'euros.

CRITÈRES CONSISTANT À « NE PAS CAUSER DE PRÉJUDICE IMPORTANT »

Conformément à la Taxonomie de l'UE, SMCP doit également prouver qu'il ne compromet pas de manière significative l'atteinte de l'objectif d'adaptation au changement climatique. À cet égard, le Groupe a réalisé pour l'ensemble des actifs éligibles, une étude d'exposition de ses actifs aux risques physiques à l'aune de scénarios conformés à ceux du GIEC (SSP 4-5 et 8-5). Les résultats de cette étude montrent que les actifs loués par SMCP sont situés dans des zones à faible risque. Le détail de cette étude est présenté dans le paragraphe 3.1.4.1 « Description des procédures d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels (IRO-1) » sous « Spécifications sur les procédures d'identification et d'évaluation des IRO en lien avec les exigences de publications pour E1, E2, E3, E4, E5 et G1 ».

À la suite de cette analyse, les « Capex Taxonomie » alignés correspondant à l'activité 7.3 représentent 0,9 million d'euros.

Activité 7.7 – Acquisition et propriété de bâtiments

CONTRIBUTION SUBSTANTIELLE À L'ATTÉNUATION DU CHANGEMENT CLIMATIQUE

SMCP est concerné par l'activité 7.7 en raison de son statut de locataire de nombreux bâtiments ; sont concernés pour l'exercice 2024 les bâtiments que le Groupe a nouvellement loués au cours de l'année et les actifs pour lesquels le bail a été renouvelé pendant l'année.

Pour ce faire, SMCP a recensé pour l'ensemble des actifs dont le bail a été signé et/ou renouvelé au cours de l'exercice 2025, le certificat de performance énergétique correspondant ainsi que la consommation énergétique associée au DPE.

- À ce titre, les « Capex Taxonomie » éligibles correspondant à l'activité 7.7 représentent 69,7 millions d'euros.

Pour être considérés comme contribuant de manière substantielle à l'atténuation du changement climatique, les biens immobiliers doivent respecter les critères suivants :

- le bâtiment n'est pas dédié à l'extraction, au stockage, au transport ou à la fabrication de combustibles fossiles ;
- pour les bâtiments construits avant le 31 décembre 2020, le bâtiment possède au minimum un certificat de performance énergétique (EPC) de classe A ou se situe dans les 15 % supérieurs du parc immobilier national ou régional ou pour les bâtiments construits après le 31 décembre 2020, le bâtiment répond aux critères spécifiés dans le règlement.

Pour le premier critère, aucun des bâtiments n'est lié à des activités d'extraction, de stockage, de transport ou de fabrication de combustibles fossiles. Pour le second critère, SMCP a utilisé des certificats de performance énergétique relevant des classes A et pour ses autres biens, SMCP a comparé l'intensité énergétique des actifs avec l'indice ESG de Deepki [1] pour la France et l'Europe. En l'absence de benchmark pour les régions Amérique du Nord et Asie, les certificats LEED ont été pris en compte.

CRITÈRES CONSISTANT À « NE PAS CAUSER DE PRÉJUDICE IMPORTANT »

Conformément à la Taxonomie de l'UE, SMCP doit également prouver qu'il ne compromet pas de manière significative l'atteinte de l'objectif d'adaptation au changement climatique. À cet égard, le Groupe a réalisé pour l'ensemble des actifs éligibles, une étude d'exposition de ses actifs aux risques physiques à l'aune de scénarios conformés à ceux du GIEC (SSP 4-5 et 8-5). Les résultats de cette étude montrent que les actifs loués par SMCP sont situés dans des zones à faible risque. Le détail de cette étude est présenté dans le paragraphe 3.1.4.1 « Description des procédures d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels (IRO-1) » sous « Spécifications sur les procédures d'identification et d'évaluation des IRO en lien avec les exigences de publications pour E1, E2, E3, E4, E5 et G1 ».

À la suite de cette analyse, les « Capex Taxonomie » alignés correspondant à l'activité 7.7 représentent 2,4 millions d'euros.

(1) https://index-esg.com/

GARANTIES MINIMALES

Les garanties minimales font partie des critères d'alignement de la Taxonomie. Elles visent à préciser que les activités économiques éligibles ne peuvent être considérées comme écologiquement durables que si elles sont menées dans des conditions respectant à la fois les normes sociales et certains critères minimaux de gouvernance.

Dans ce cadre, les entreprises doivent mettre en place des processus et des procédures appropriées pour éviter tout impact négatif ou violation concernant quatre enjeux spécifiques : les droits de l'homme (y compris les droits du travail), la fiscalité, la corruption/les pots-de-vin et la concurrence loyale.

SMCP a mis en place une approche globale afin de garantir le respect des garanties minimales concernant les droits de l'homme, la fiscalité, la corruption/les pots-de-vin et la concurrence loyale. Une évaluation de l'intégration de ses normes de gouvernance dans les politiques existantes de SMCP a été réalisée.

En ce qui concerne le respect des droits et de l'homme et des droits du travail, le Groupe a mis en place plusieurs initiatives telles qu'un dispositif contractuel à destination des fournisseurs (Code de conduite fournisseurs, conditions générales d'achat) et un système d'alerte accessible à toute partie prenante externe à l'entreprise.

Par ailleurs, tous les partenaires et les fournisseurs ont signé le code de conduite du Groupe, qui englobe ces différentes garanties minimales.

En ce qui concerne la corruption, les pots-de-vin et la concurrence loyale, le Groupe a mis en place une politique stricte reposant sur plusieurs éléments présentés dans le paragraphe 3.4.1 « Culture d'entreprise et politiques en matière de conduite des affaires et prévention et détection de la corruption et des pots-de-vin ».

Enfin en ce qui concerne la fiscalité, comme mentionné dans le paragraphe 2.1.5 « Risques juridiques et réglementaires », Le Groupe veille au respect des législations fiscales dans les pays où il opère, transmet les informations requises aux administrations et facilite leurs investigations. Il applique les principes de l'OCDE pour une répartition équitable des bénéfices via sa politique de prix de transfert.

À la suite de cette analyse, il apparaît que les activités éligibles à la Taxonomie ont été réalisées d'une manière pleinement conforme aux critères de garanties minimales.

TABLEAUX RÉGLEMENTAIRES DE LA TAXONOMIE EUROPÉENNE

Synthèse des résultats

Exercice financier 2025

KPI	Total	Proportion d'activités éligibles à la Taxonomie (%)	Activités alignées sur la Taxonomie (€)	Proportion d'activités alignées sur la Taxonomie (%)	Ventilation par objectif environnemental des activités alignées sur la Taxonomie						Proportion d'activités habilitantes (%)	Proportion d'activités transitoires (%)	Activités non évaluées considérées comme non matérielles (%)	Activités alignées sur la Taxonomie au cours de l'exercice précédent (€)	Proportion d'activités alignées sur la Taxonomie au cours de l'exercice précédent (%)
					Atténuation du changement climatique (%)	Adaptation au changement climatique (%)	Eau (%)	Économie circulaire (%)	Pollution (%)	Biodiversité (%)					
Chiffre d'affaires	1217,4	0,9 %	10,4	0,9 %	0 %	0 %	0 %	0,9 %	0 %	0 %	0,2 %	0 %	0 %	5,9	0,50 %
CapEx	102,5	94 %	3,3	3,2 %	3,2 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	0 %	8,8	4,30 %
OpEx	35,32	0	0	0	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0	0 %

Chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires 2025

Activités économiques	Code	Proportion du CA éligible à la Taxonomie (%)	Activités alignées sur la Taxonomie (€)	Proportion d'activités alignées sur la Taxonomie (%)	Ventilation par objectif environnemental des activités alignées sur la Taxonomie						Proportion d'activités habilitantes (%)	Proportion d'activités transitoires (%)	Proportion des activités éligibles à la taxonomie alignées sur la taxonomie (%) (N-1)
					Atténuation du changement climatique (%)	Adaptation au changement climatique (%)	Eau (%)	Économie circulaire (%)	Pollution (%)	Biodiversité (%)			
Vente de biens d'occasion	CE 5.4	0,2 %	2	0,2 %	0 %	0 %	0 %	0,2 %	0 %	0 %	0,2 %	0 %	0,2 %
Produits en tant que services et autres modèles de services circulaires axés sur l'utilisation	CE 5.5	0,7 %	8,4	0,7 %	0 %	0 %	0 %	0,7 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0,3 %
Somme de l'alignement par objectif					0 %	0 %	0 %	0,90 %	0 %	0 %			
TOTAL		**0,90 %**	**10,4**	**0,90 %**							**0,2 %**	**0 %**	**0,5 %**

Dépenses d'investissement - Capex

Catégorie d'investissements	Augmentation de la valeur brute en 2025 *(en M€)*
Droits d'utilisation sur contrats de location (IFRS 16) [1]	69,7
Immobilisations corporelles (IAS 16) [2]	26,8
Immobilisations incorporelles (IAS 38) [3]	6,0
« TOTAL CAPEX TAXONOMIE » (DÉNOMINATEUR)	**102,5**

(1) Note annexe 6.3.1 aux comptes consolidés « Droit d'utilisation ».
(2) Note annexe 6.2 aux comptes consolidés « Immobilisations corporelles ».
(3) Note annexe 6.1.2 aux comptes consolidés « Immobilisations incorporelles ».

CapEx 2025

Activités économiques	Code	Proportion des CapEx éligibles à la Taxonomie (%)	Activités alignées sur la Taxonomie (€)	Proportion d'activités alignées sur la Taxonomie (%)	Ventilation par objectif environnemental des activités alignées sur la Taxonomie						Proportion d'activités habilitantes (%)	Proportion d'activités transitoires (%)	Proportion des activités éligibles à la taxonomie alignées sur la taxonomie (%) (N-1)
					Atténuation du changement climatique (%)	Adaptation au changement climatique (%)	Eau (%)	Économie circulaire (%)	Pollution (%)	Biodiversité (%)			
Installation, maintenance et réparation d'équipements favorisant l'efficacité énergétique	CCM 7.3	26 %	0,9	0,9 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0%	1 %
Acquisition et propriété de bâtiments	CCM 7.7	68 %	2,4	2,3 %	2 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0%	3,3 %
Somme de l'alignement par objectif					3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %			
TOTAL		**94 %**	**3,3**	**3,2 %**							**1 %**	**0 %**	**4,3 %**

3.3 Informations sociales

3.3.1 Personnel de l'entreprise [S1]

IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS MATÉRIELS LIÉS AU PERSONNEL DE L'ENTREPRISE (IRO-1) ET LEUR INTERACTION AVEC LA STRATÉGIE ET LE MODÈLE ÉCONOMIQUE (SBM-3)

Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités	Politiques et actions de gestion des impacts, risques et opportunités
Dialogue social	Opérations propres	• Impact négatif : atteinte aux libertés fondamentales des collaborateurs en cas de dialogue social défaillant	Non matériel	• Accords collectifs, échanges avec les instances de représentation du personnel, baromètre interne
Rémunération et protection sociale	Opérations propres	• Impact négatif : dégradation du niveau de vie et de la santé des collaborateurs en cas de dispositifs de rémunération et de protection sociale insuffisants	• Risque opérationnel : augmentation des coûts liés à des mesures de hausse salariale ou d'amélioration du niveau de protection sociale des collaborateurs	• Politique de rémunération
Diversité et inclusion	Opérations propres	• Impact négatif : atteinte aux droits humains des collaborateurs en cas de pratiques discriminatoires	Non matériel	• Stratégie diversité et inclusion construite autour de quatre piliers : l'égalité femmes-hommes, le soutien à la parentalité, le handicap et l'inclusion sociale • Création en 2024 d'une mission handicap en France, signature des accords Handicap en France • Politique D&I, Politique parentalité, Politique salariés aidants
Développement des talents et gestion des compétences	Opérations propres	• Impact négatif : atteinte au bien-être au travail des collaborateurs en cas d'absence de formations, d'opportunités de développement ou d'accompagnement professionnel • Impact positif : développement du bien-être au travail grâce à la mise en place d'actions en matière de développement des talents et de gestion des compétences • Impact positif : renforcement de l'employabilité des collaborateurs grâce à la formation, aux parcours de carrière et à la mobilité	• Risque opérationnel : baisse du chiffre d'affaires en raison d'une formation du personnel jugée insatisfaisante par les clients	• Programmes et outil de formation, politique de mobilité, baromètre interne, pilotage du cycle talent

Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités	Politiques et actions de gestion des impacts, risques et opportunités
Santé, sécurité et qualité de vie au travail	Opérations propres	• Impact négatif : dégradation de la santé mentale et atteinte à l'intégrité physique des collaborateurs en cas de mauvaises conditions de travail et d'un dispositif défaillant de prévention des risques santé/sécurité • Impact positif : développement du bien-être au travail pour les collaborateurs bénéficiant des politiques sociales du Groupe (handicap, parentalité, salariés aidants, etc.)	• Risque réputationnel : difficultés d'attraction et de rétention des collaborateurs en lien avec un engagement trop faible en matière de santé, sécurité et qualité de vie au travail	• Accords collectifs, baromètre interne, communication et sensibilisation

POLITIQUES DE RESSOURCES HUMAINES (S1-1)

La pérennité du modèle d'affaires de SMCP repose sur les collaborateurs et leurs compétences, car ils sont l'interface entre les marques, les partenaires et les clients du Groupe à travers le monde. Avec 6 323 collaborateurs répartis entre les boutiques, les sièges et la logistique, SMCP s'appuie sur un vivier de talents riche et diversifié :

6 323 collaborateurs

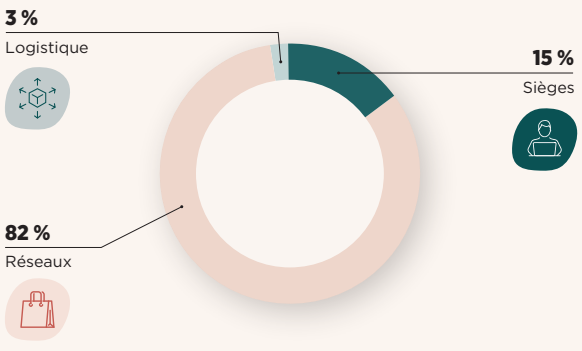
120 collaborateurs dans les studios de création et ateliers

109 nationalités

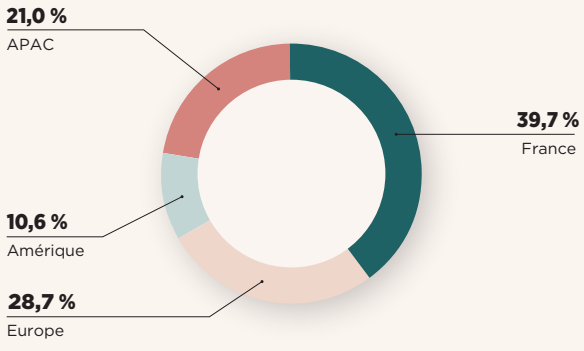
33 ans d'âge moyen

81% de femmes

Répartition des collaborateurs par catégorie



Répartition des collaborateurs entre les régions du Groupe



Les éléments présentés ci-après décrivent les politiques mises en place par le Groupe.

Gouvernance et organisation des ressources humaines

La Direction des ressources humaines opère sous le contrôle du Comité des rémunérations et nominations (CNR) émanant du Conseil d'administration.



La fonction RH s'articule autour de l'animation d'experts métiers centralisés au niveau Groupe et de DRH opérationnels dans chaque marque et entité. Le rôle de ces équipes centrales est de développer et harmoniser les politiques RH à travers toutes les marques et entités du Groupe, d'assurer la gestion des talents au niveau stratégique et d'offrir aux opérationnels conseils et support technique. Ils jouent un rôle crucial dans la promotion d'une culture organisationnelle basée sur la force entrepreneuriale et l'engagement de chacun dans sa mission, et les valeurs de respect, diversité, inclusion et responsabilité sociale.

FORMATION, DÉVELOPPEMENT ET ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE

- Développement des programmes de formation
- Développement de systèmes d'évaluation
- Feedback continu et reconnaissance
- Gestion des carrières
- Mobilité interne

RECRUTEMENT

- Stratégie de recrutement diversifié
- Processus de sélection transparent
- Intégration des nouveaux employés

SYSTÈME D'INFORMATION DES RESSOURCES HUMAINES (SIRH)

- Gestion des données RH
- Optimisation des processus RH
- Analyse des données RH

RÉMUNÉRATION ET AVANTAGES

- Politique de rémunération équitable, compétitive et alignée sur les objectifs de l'entreprise
- Gestion des avantages sociaux

COMMUNICATION INTERNE ET CORPORATE

- Rendre intelligible la stratégie du groupe, l'ADN des marques, la stratégie RH/RSE, la culture, les valeurs, les initiatives du groupe et des marques au plus grand nombre

JURIDIQUE ET RELATIONS SOCIALES

- Conformité légale et suivi des évolutions législatives
- Gestion des litiges
- Conseil juridique
- Dialogue social
- Négociation collective
- Climat social

GESTION DE LA PAIE

- Traitement de la paie dans le respect des règlementations et lois en vigueur

En complément les DRH opérationnels assurent avec leurs équipes le déploiement et l'adaptation de la politique RH SMCP à chaque entité, en tenant compte de ses enjeux et du contexte local si applicable.

Leur rôle consiste à :

- déployer l'ensemble des politiques et pratiques RH définies par le Groupe au sein de chaque marque/entité, au niveau régional/local ;
- adapter les stratégies RH aux besoins spécifiques de chaque marque et entité, dans le respect des *guidelines*, en tenant compte des éventuelles contraintes liées au contexte ;
- gérer les opérations, les relations et l'accompagnement RH au quotidien – en particulier le recrutement et l'accompagnement des collaborateurs, la gestion de la performance, l'optimisation de l'organisation, le bien-être.

Ce modèle de gouvernance permet de déployer la stratégie RH/RSE du Groupe en centralisant l'expertise et en favorisant une flexibilité opérationnelle au sein des marques et des entités.

L'animation des experts Groupe RH et des DRH opérationnels s'effectue avec un Comité de direction RH Europe rassemblant experts et DRH toutes les semaines, permettant un alignement stratégique et une circulation de l'information utile à la bonne compréhension et intégration de la stratégie RH.

Valeurs SMCP et politiques des ressources humaines

La politique RH de SMCP puise ses racines dans la culture insufflée par ses fondatrices : une culture faite de passion, d'esprit entrepreneurial, de créativité et d'audace.

Ces racines sont retranscrites dans les valeurs du Groupe, partagées à tous les niveaux de l'entreprise et dans le monde entier :

- passionnés : le Groupe exerce ses métiers avec passion. Porté par une énergie collective, il avance avec envie et conviction. Ce souffle partagé contribue à faire grandir les équipes, les projets et les relations ;
- agiles : ancré dans le réel, le Groupe progresse au rythme du terrain. Ses décisions s'appuient sur l'expérience, les faits, le dialogue et l'écoute des équipes comme des clients. Observer, ajuster et agir avec réactivité lui permet de développer durablement ses marques ;
- exigeants : l'exigence du Groupe, socle de la performance, structure ses engagements, renforce le collectif et élève chaque projet. Elle conduit à dépasser les standards, à porter une attention constante aux détails et à transformer l'ambition en résultats concret ;
- engagés : le Groupe s'engage aux côtés de ses marques et de ses équipes. Ensemble, ils sont attentifs aux enjeux actuels. Cet esprit de responsabilité et de collaboration guide l'action et donne du sens à la vision SMCP.

Elles se retranscrivent aussi dans le modèle de management de SMCP. En effet, ce modèle a à cœur de donner aux managers un rôle clé d'ambassadeur à travers quatre principes : partager la vision et promouvoir une culture éthique des résultats, rechercher l'authenticité et la diversité, être courageux et développer ses équipes, favoriser la collaboration et promouvoir la mobilité.

La vision RH est simple : être un employeur aussi désirable que ses marques. En pratique, cette ambition RH se déploie autour de trois piliers stratégiques :



Le groupe SMCP reste fermement attaché à ses valeurs et à des principes éthiques incluant le respect des droits de l'homme. À ce titre, les principes directeurs des Nations unies (ONU), de la Déclaration de l'Organisation internationale du travail (OIT) ou encore les directives de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) à l'intention des entreprises multinationales guident les actions du Groupe.

Ces engagements sont précisés dans la Charte Éthique et dans le code de conduite fournisseurs (voir paragraphe « 3.4 Informations sur la conduite des affaires [G1] ») pour garantir une conduite responsable tout au long de la chaîne de valeur. Le Groupe applique une tolérance zéro envers toutes formes de trafic d'êtres humains, de travail forcé ou de travail des enfants tout au long de sa chaîne de valeur (voir paragraphe « 3.3.2 Travailleurs de la chaîne de valeur [S2] ») mais aussi au quotidien dans la conduite de ses activités au sein des opérations propres et donc pour ses collaborateurs.

Au vu des activités du Groupe et des pays dans lesquels il opère, le respect des droits humains ressort comme non matériel au sein de ses opérations propres à la suite de l'exercice de double matérialité. Ce sujet est en revanche considéré comme matériel au niveau de la chaîne d'approvisionnement du Groupe (voir paragraphe 3.3.2 « Travailleurs de la chaîne de valeur [S2] »). Pour autant, SMCP reste à l'écoute de toutes remontées potentielles de la part de ses collaborateurs sur des problématiques en lien avec ce sujet.

Le Groupe est convaincu que la manière dont ses collaborateurs exercent leurs métiers sur un plan social, environnemental et sociétal est essentielle à sa réussite et à sa pérennité, et est source de création de valeur.

De plus, SMCP s'engage à éliminer toute forme de discrimination fondée sur des caractéristiques personnelles telles que l'âge, l'expression de genre, l'orientation sexuelle, le statut parental, les origines, le handicap, les croyances religieuses, le milieu social ou l'éducation. Ces engagements se diffusent dans l'ensemble des politiques RH du Groupe (dialogue social, rémunération et avantages sociaux, développement des talents et gestion des talents, santé, sécurité et qualité de vie au travail).

La politique Diversité et inclusion du Groupe est par ailleurs décrite dans le paragraphe « Diversité et inclusion (S1-9 et S1-12) », même si le Groupe s'efforce de traiter tous ses collaborateurs de la même manière, des dispositions spécifiques aux travailleurs en situation de handicap ou éloignés de l'emploi sont détaillées dans cette section.

Ces politiques RH sont partagées aux collaborateurs, qu'ils se trouvent dans le réseau, dans les sièges, ou dans les entrepôts, *via* différents canaux. Dans un premier temps, la Politique RH du Groupe est disponible sur l'intranet et donc accessible à l'ensemble des collaborateurs. Dans un second temps, la Charte Éthique du Groupe est communiquée aux nouveaux entrants dès leur arrivée et est, elle aussi disponible en permanence sur l'intranet SMCP commun à toutes les entités. Par ailleurs, dans le quotidien des affaires, ces politiques et engagements sont rappelés dans les prises de parole des Directions Générales du Groupe et des marques, des messages du Comité éthique, ou dans les prises de paroles des équipes RH (voir paragraphe ci-après « Processus de dialogue avec le personnel de l'entreprise et ses représentants au sujet des impacts (S1-2) »).

Des formations spécifiques, comme la formation d'intégration « SMCP vision », ou des modules spécifiques sur la plateforme *e-learning* sur certaines thématiques (par exemple celles de la diversité et de l'inclusion ou de la prévention de la corruption et des conflits d'intérêts) permettent aussi de diffuser ces politiques auprès des collaborateurs. Enfin, ces politiques sont portées au quotidien par toute la chaîne managériale. Les managers sont ainsi évalués tous les ans – outre sur les objectifs annuels – sur leur capacité à incarner et porter les valeurs du Groupe, et à s'assurer que leurs équipes aient bien suivi les formations obligatoires couvrant ces sujets de première importance.

PROCESSUS DE DIALOGUE AVEC LE PERSONNEL DE L'ENTREPRISE ET SES REPRÉSENTANTS (S1-2)

Au sein du groupe SMCP, afin de faciliter et promouvoir une culture du *feed-back* ouverte, plusieurs processus structurés favorisant les interactions entre la Direction et les collaborateurs ont été mis en place, tout en renforçant la culture d'entreprise.

À l'échelle individuelle, à travers le processus annuel de revue de la performance, les collaborateurs sont invités à partager leurs attentes et besoins.

À l'échelle collective, les échanges mensuels avec les représentants du personnel au CSE (voir paragraphe « Dialogue social et négociations collectives (S1-8) ») constituent un canal essentiel de remontées d'informations, permettant d'adresser les sujets prioritaires pour les collaborateurs.

En complément, des échanges réguliers (*SMCP Update*, Moments Claudie…) sont organisés entre la Direction[1] et les collaborateurs, offrant un espace d'échange transparent où chacun est invité à poser des questions. Pour les équipes en boutique, des conférences (Sandro, Maje tours…), dédiées à la présentation des nouvelles collections, permettent d'aligner les objectifs commerciaux avec une vision claire des produits.

Le Groupe a également instauré une enquête de satisfaction annuelle, afin de mesurer l'engagement de ses collaborateurs et d'identifier les leviers d'amélioration sur différentes thématiques. Les résultats de ces échanges sont analysés et utilisés pour mettre en place des actions de développement appropriées. Le Groupe suit notamment la propension de ses collaborateurs à recommander l'entreprise (NPS collaborateurs) et s'est fixé l'objectif d'améliorer cette note pour atteindre au moins 7,5/10 d'ici à 2027.

ÉVOLUTION DU NPS COLLABORATEURS

2024	2025	Objectif 2027
7,3	7,4	⩾ 7,5

SMCP organise également un hackathon, réunissant des collaborateurs de région parisienne volontaires représentant les différents sièges parisiens (marques et Groupe). L'objectif est d'encourager les participants à travailler pendant deux jours avec des collaborateurs d'autres départements, qu'ils ne croisent pas dans leur quotidien, autour d'un sujet inspirant et stratégique pour le Groupe. Après deux jours de réflexion, les équipes sont invitées à soutenir devant un jury réunissant des représentants de différentes directions et présidé par le Directeur Général. Le premier Hackathon SMCP, en 2021, a par exemple abouti à la création du *SMCP Retail Lab*. La troisième édition s'est tenue en novembre 2025 et portait sur une réflexion concernant le renforcement du lien entre les collaborateurs des sièges et ceux du retail.

Ces initiatives témoignent de l'engagement du groupe SMCP à promouvoir un dialogue constructif et à valoriser l'implication de ses collaborateurs.

PROCESSUS DE RÉPARATION DES IMPACTS NÉGATIFS ET CANAUX PERMETTANT AU PERSONNEL DE L'ENTREPRISE DE FAIRE PART DE SES PRÉOCCUPATIONS (S1-3) ET CAS, PLAINTES ET IMPACTS SUR LES DROITS DE L'HOMME (S1-17)

Comme expliqué dans le paragraphe « Politique de ressources humaines (S1-1) », les enjeux en lien avec le respect des droits de l'homme ne sont pas matériels pour le Groupe sur le périmètre de ses opérations propres. Cependant, SMCP est attentif à toute remontée des collaborateurs. Pour ce faire, un dispositif d'alerte accessible à tous ses collaborateurs a été mis en place. Ce dispositif est détaillé dans le chapitre G1 dans le paragraphe « Politiques en matière de conduite des affaires et prévention et détection de la corruption et des pots-de-vin (G1-1, G1- 3) ».

Les exigences de publication en lien avec les cas, plaintes et impacts sur les droits de l'homme (S1-17) sont présentées ci-dessous :

	2024	2025
Nombre total d'incidents de harcèlement signalés	2	1
Nombre total d'incidents de harcèlement avérés	0	0
Montant total des amendes, des pénalités et de l'indemnisation des dommages résultant des incidents et plaintes mentionnés ci-dessus,	0	0

(1) Selon les cas, il peut s'agir de la Direction Générale des marques ou des régions ou encore les Directions des grandes fonctions centrales (finance, RH et opérations).

CARACTÉRISTIQUES DES SALARIÉS DE L'ENTREPRISE (S1-6)

Définition des effectifs

SMCP comptabilise dans ses effectifs les personnes en contrat à durée indéterminée (CDI) et en contrat à durée déterminée (CDD) ainsi que les alternants présents au 31 décembre 2025.

EFFECTIFS PAR SEXE

Sexe	2024	2025
Femme	5 339	5 128
Homme	1 253	1 195
Total	6 592	6 323

Le nombre de salariés est relativement stable depuis 2022. La proportion de femmes dans les effectifs se maintient autour de 81 %.

NOMBRE DE SALARIÉS PAR FILIALE

Filiales	2024	2025
SMCP SA	22	22
SMCP GROUP	200	200
SMCP LOGISTIQUE SAS	147	165
SANDRO ANDY SAS	887	847
MAJE SAS	665	617
CLAUDIE PIERLOT SAS	488	431
SMCP ASIA Ltd. et ses filiales	1 244	1 120
SMCP USA Inc & SMCP CANADA Inc	703	673
FURSAC SA	249	229
Autres filiales*	1 987	2 019
TOTAL	**6 592**	**6 323**

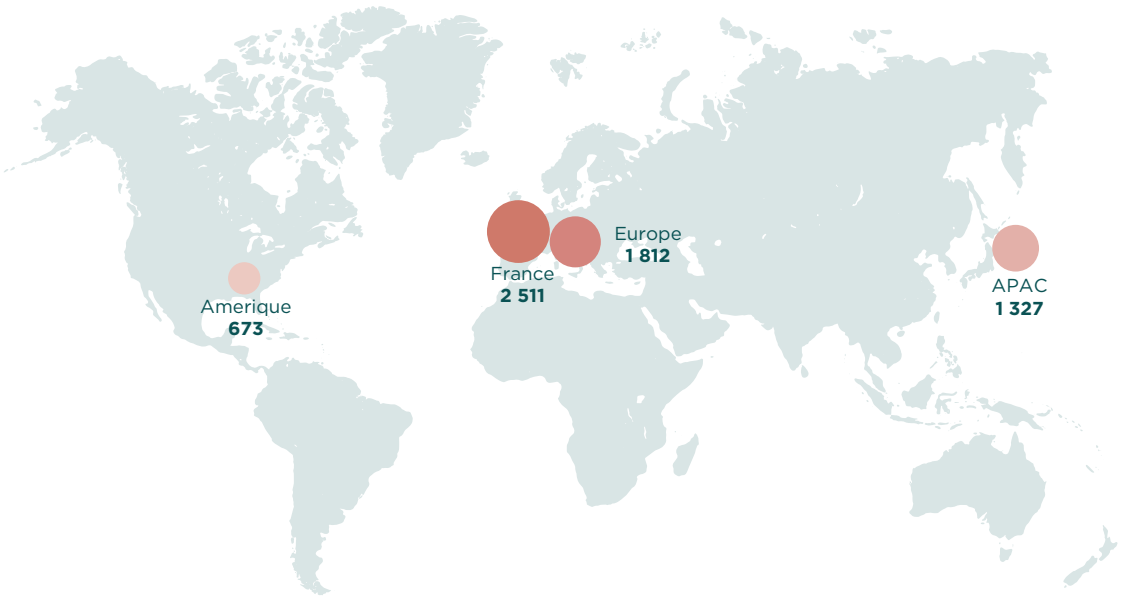
* Les effectifs de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande sont inclus dans la catégorie « autres filiales ».

NOMBRE DE SALARIÉS DANS LES PAYS OÙ L'ENTREPRISE COMPTE AU MOINS 50 SALARIÉS REPRÉSENTANT AU MOINS 10 % DES COLLABORATEURS

Pays	Nombre de salariés	% l'effectif total
France	2 511	40%
Chine	747	12%
États-Unis	533	8%

La France, la Chine et les États-Unis représentent 60 % des effectifs du Groupe.

Répartition des salariés SMCP à travers le monde



NOMBRE DE SALARIÉS PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE ET PAR SEXE

	2024	2025
France	2 658	2 511
Europe [1]	1 759	1 812
Amérique	703	673
APAC	1 472	1 327

(1) Pour l'ensemble des indicateurs de la section S1, les chiffres Europe ne prennent pas en compte la France, pour laquelle les résultats sont présentés dans une ligne distincte.

68 % des salariés du Groupe sont localisés en France et dans des pays européens. L'évolution de la répartition des salariés est le reflet des évolutions liées à l'activité commerciale du Groupe et de ses marques (ouvertures et fermetures opérées au cours de l'année).

Pour 2025, la répartition par zone géographique et par genre est la suivante :

	Femme	Homme
France	1 870	641
Europe	1 542	270
Amérique	513	160
APAC	1 203	124

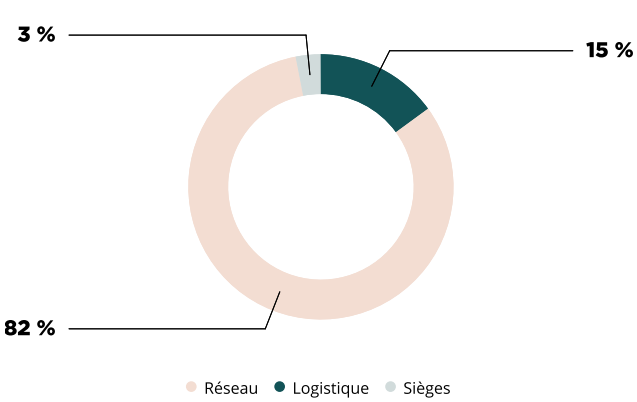
NOMBRE DE SALARIÉS PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE ET PAR CATÉGORIE

	2024	2025
Sièges	992	980
Réseau	5 453	5 178
Logistique	149	165

La répartition par catégorie est stable, le réseau de boutiques emploie 82 % des salariés du Groupe. Pour 2025, la répartition par zone géographique et par catégorie est :

	Sièges	Réseaux	Logistique
France	727	1 619	165
Europe	38	1 774	0
Amérique	78	595	0
APAC	137	1 190	0

Répartition des salariés par catégories



NOMBRE DE SALARIÉS PAR TYPE DE CONTRAT ET PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

	France	Europe	Amérique	APAC
Nombre de salariés	2 511	1 812	673	1 327
Nombre de salariés permanents	2 314	1 361	390	1 066
Nombre de salariés temporaires	197	448	2	6
Nombre de salariés au nombre d'heures non garanties[1]	0	3	281	255
Nombre de salariés à temps plein	2 232	773	392	1 171
Nombre de salariés à temps partiel	279	1 039	281	156

Du fait de ses activités, SMCP peut faire appel à des contrats temporaires ou à des contrats au nombre d'heures non garanties pour pallier des besoins ponctuels tels que des renforts pour les périodes commerciales. Pour la branche d'activité logistique, le nombre de salariés temporaires est proportionnellement plus important en raison des spécificités de l'activité.

NOMBRE DE SALARIÉS PAR TYPE DE CONTRAT ET PAR SEXE

	Femme	Homme	Total
Nombre de salariés	5 128	1 195	6 323
Nombre de salariés permanents	4 139	992	5 131
Nombre de salariés temporaires	537	116	653
Nombre de salariés au nombre d'heures non garanties	452	87	539
Nombre de salariés à temps plein	3 523	932	4 455
Nombre de salariés à temps partiel	1 605	263	1 868

81 % des salariés ont des contrats à durée indéterminée et 70 % travaillent à temps plein.

ROTATION DES EFFECTIFS

	2024	2025
Nombre de salariés ayant quitté l'entreprise	4 755	4 093
Taux de rotation du personnel	49 %	41 %
Taux de rotation du personnel volontaire	35 %	30 %

Les chiffres énoncés ci-dessus comprennent la rotation du personnel volontaire et involontaire, excluant le périmètre Australie et Nouvelle-Zélande représentant 3 % des effectifs totaux. Le pourcentage de rotation du personnel volontaire de l'année 2025 s'élève à 30 %. Dans les départs volontaires sont comptabilisés les démissions, les fins de période d'essai ou de CDD à l'initiative du salarié et les départs à la retraite.

Le taux de rotation du personnel est dorénavant calculé en prenant en compte le nombre de départs sur l'année rapporté à la moyenne des effectifs.

En 2025, le pourcentage de rotation du personnel involontaire, suite à un licenciement, une rupture conventionnelle, une fin de la période d'essai à l'initiative de l'employeur ou encore suite à un décès est de 11 %.

Le taux global de rotation du personnel est de 41 % en baisse de 8 points par rapport à 2024. Cette variation s'explique par le développement de mesures de rétention notamment avec le développement de la politique de mobilité interne, ainsi qu'un marché du travail moins dynamique qu'en 2024.

CARACTÉRISTIQUES DES TRAVAILLEURS NON-SALARIÉS (S1-7)

Les travailleurs non-salariés représentent 5 % des effectifs totaux en 2025. Ils correspondent aux mandataires sociaux et stagiaires faisant partie des effectifs de l'entreprise, ainsi qu'au personnel externe comme les consultants, free-lances ou intérimaires.

DIALOGUE SOCIAL ET NÉGOCIATIONS COLLECTIVES (S1-8)

Politique en matière de dialogue social et de négociations collectives

Afin d'encourager la culture du dialogue social et en conformité avec sa politique d'engagement, le groupe SMCP favorise une relation de proximité avec ses représentants du personnel. Pour ce faire, en France, le Groupe s'appuie sur plusieurs instances émanant du Comité social économique (CSE) de l'UES (Unité économique et sociale, réunissant ici les marques Sandro, Maje, Claudie Pierlot et les entités *Global Services* et Logistique), qui se réunit au moins une fois par mois lors de réunions plénières présidées par la Directrice des affaires sociales SMCP.

Les représentants du personnel ont également l'occasion de rencontrer leur Direction des ressources humaines respective à l'occasion de réunions ponctuelles ou informelles (au moins une fois par an), en plus des réunions plénières. Cette pratique permet le maintien d'échanges de proximité et le traitement de sujets plus opérationnels.

(1) Les contrats à heures non garanties sont des contrats de travail pour lesquels l'employeur ne s'engage pas à fournir un volume horaire de travail déterminé. Les salariés sont contractuellement liés à l'employeur et sont appelés lors de besoins spécifiques (pics d'activité, remplacements, ...). Seuls l'Espagne pour la région Europe, et les régions Amérique du Nord et APAC y ont eu recours en 2025.

Par ailleurs, les élus échangent au moins une fois par an, lors de la validation de la stratégie de l'entreprise, avec la Direction Générale, le Directeur financier, ainsi que la Directrice des ressources humaines et de la RSE.

Le Groupe dispose enfin également de représentants du personnel au sein de la société Fursac en France et de certains pays européens (Espagne, Luxembourg).

SMCP s'engage ainsi à instaurer un dialogue ouvert avec les représentants des membres de son personnel afin de garantir le respect des droits fondamentaux des travailleurs.

Le Groupe a toujours voulu impliquer en amont ses partenaires sociaux pour définir collectivement ses ambitions sociales. À titre d'exemple, c'est par un accord collectif relatif à la promotion de la qualité de vie au travail conclu en 2018 que les partenaires sociaux et la direction ont entendu, d'une part, consolider les valeurs fortes qui ont façonné la culture entrepreneuriale du Groupe, et d'autre part, rappeler que chaque collaborateur devait servir par son comportement responsable les valeurs du Groupe dont il/elle est l'ambassadeur au quotidien. C'est dans ce contexte que la Charte Éthique du Groupe a également été rédigée et instaurée. Cet accord a été renégocié par la suite en 2022, intégrant aussi les ambitions du Groupe en matière d'Egalité Professionnelle et de Diversité.

Comme énoncé dans la Charte Éthique du Groupe, la Société favorise un dialogue social respectueux et encourage la concertation avec les partenaires sociaux, ainsi que la considération des représentants des collaborateurs dans chacun des pays où il est présent. SMCP respecte le droit à la liberté d'expression et d'opinion de ses collaborateurs ainsi que le droit de chacun de constituer librement et volontairement et/ou de rejoindre des groupes (associations, syndicats) pour la promotion et la défense de ses intérêts professionnels.

Le groupe SMCP négocie des accords au niveau régional ou national, ou décide de plans d'action qu'il peut déployer au niveau mondial, et ce compte tenu des spécificités législatives et réglementaires locales.

Ces différents plans d'action et/ou accords collectifs octroient aux collaborateurs des avantages par rapport à ceux que prévoient les législations et réglementations locales, notamment en matière de Diversité et inclusion. À titre d'exemple, 100 % des salariés du Groupe bénéficient d'une politique parentale harmonisée depuis le 1er janvier 2025.

Actions et ressources liées au dialogue social et aux négociations collectives

En 2025, plusieurs accords ont été signés avec les organisations syndicales : un accord d'intéressement triennal couvrant les exercices 2025, 2026 et 2027, un accord de Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels rappelant les principaux jalons de la gestion de carrière au sein du Groupe, et notamment de la mobilité professionnelle comme géographique.

Indicateurs liés au dialogue social et aux négociations collectives

	2024	2025
Part des collaborateurs couverts par des conventions/ accords collectifs (périmètre Europe)	84 %	83 %
Part de collaborateurs représentés par des représentants du personnel (périmètre Europe)	63 %	61 %

En France, 100 % des employés sont couverts par des accords collectifs et représentés par des représentants du personnel. Hors France, en Europe, des conventions et accords collectifs sont applicables en Italie, en Espagne, au Portugal, aux Pays-Bas, en Suisse, en Suède et en Belgique. Les salariés en France, en Espagne et au Luxembourg disposent de représentants du personnel. Les employés ne bénéficiant pas d'une couverture ou d'une représentation le sont parce qu'aucune obligation locale ne l'impose, ou parce que leur nombre est inférieur au seuil requis pour la mise en place d'accords collectifs ou de représentants du personnel.

DIVERSITÉ ET INCLUSION (D&I) (S1-9 ET S1-12)

Politique et objectifs en matière de diversité et d'inclusion

En 2023, le groupe SMCP a structuré sa stratégie en matière de diversité et d'inclusion au travers d'engagements concernant l'ensemble de ses collaborateurs dans le monde. Cette nouvelle stratégie s'est appuyée sur les résultats d'un audit mené en 2022 par un tiers indépendant comportant une analyse des politiques en matière de diversité et d'inclusion, et d'une enquête menée auprès de l'ensemble des collaborateurs sur leur perception de la prise en compte de ces enjeux et leurs attentes au sein du Groupe.

Fruit d'un travail collaboratif ayant associé toutes les marques et les régions d'implantation du Groupe, la stratégie diversité et inclusion s'articule autour de quatre axes avec des objectifs à atteindre à horizon 2025 et 2030 :

- **égalité femmes-hommes** : l'objectif est de maintenir une représentation des femmes dans les instances dirigeantes de l'entreprise (Conseil d'administration et Comité exécutif) et dans l'encadrement supérieur à un taux supérieur à 50 %. Par ailleurs, le Groupe s'est engagé à identifier et à traiter le cas échéant les écarts de salaire à poste et/ou position équivalent entre femmes et hommes ;
- **parentalité** : cette politique vise à offrir à tous les collaborateurs du Groupe (mères et co-parents) des congés parentaux au moins équivalents à ceux proposés aux collaborateurs en France ainsi que des droits complémentaires en lien avec la parentalité. Ceci se manifeste par l'octroi de 16 semaines de congés maternité et 28 jours de congés pour le co-parent, payés à 100 %, à tous les collaborateurs SMCP dans le monde ainsi que de jours de congés payés lors de la reprise du travail après la naissance d'un enfant. En complément, des jours d'absence autorisés sont accordés à tous les collaborateurs en cas de fausse couche, de démarches de procréation médicalement assistée et d'adoption ;
- **handicap :** l'objectif est d'atteindre 3 % de salariés en situation de handicap d'ici à 2030 dans les pays[1] ayant instauré des politiques publiques en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap et d'améliorer l'accessibilité des sites web et des magasins. La politique handicap se structure autour d'actions favorisant l'emploi et l'intégration de personnes en situation de handicap, facilitant l'insertion professionnelle et le maintien dans

(1) France, Allemagne, Italie, Espagne, Portugal, Chine représentant 68,05 % des effectifs moyens du Groupe.

l'emploi, renforçant l'emploi indirect par la collaboration avec le secteur protégé et adapté, et par des actions faisant évoluer le regard au sein de l'entreprise par la sensibilisation, la formation et la communication ;

- **diversité sociale et culturelle** : les objectifs comportent aussi bien des actions tournées vers l'interne que vers l'externe. En interne, SMCP souhaite développer les programmes d'intégration dans les équipes de personnes éloignées de l'emploi, à l'image de ce qui est fait dans la formation *Retail Lab* (voir détails dans le paragraphe « Actions et ressources » ci-après). La diversité des origines dans les postes de management, bien que non mesurable dans tous les pays, fera également l'objet d'une attention particulière. En externe, le Groupe souhaite que chaque marque et région noue des partenariats avec des organisations locales œuvrant en faveur de l'égalité des chances ou de l'inclusion sociale.

Cette politique s'appuie sur plusieurs textes de référence :

- **accord sur l'égalité professionnelle, la qualité de vie au travail et la diversité :** signé en juin 2022 sur le périmètre France. Il engage le Groupe sur des actions concrètes jalonnant les moments clés de la vie des collaborateurs :
  - lors du recrutement d'abord, avec des campagnes de recrutement sans CV afin d'ouvrir les opportunités au plus grand nombre, et avec une formation obligatoire sur le recrutement sans biais, destinée aux collaborateurs recruteurs sur l'espace *MyLearning* et en accès libre pour tous ;
  - lors de la gestion des carrières, avec la mise en place de formations et d'actions de sensibilisation aux enjeux de la diversité et de lutte contre la discrimination, ainsi que la promotion de la mobilité interne sur un périmètre monde, et enfin le déploiement d'outils de développement RH pour guider et objectiver la prise de décision ;
  - lors des moments importants de la vie comme l'accompagnement des collaborateurs dans leur parentalité.
- **accord Handicap** : en 2024, SMCP a conclu un accord[1] en France avec les partenaires sociaux afin d'instaurer de nouveaux droits pour les collaborateurs en situation de handicap. En plus d'un accompagnement personnalisé, un collaborateur en situation de handicap peut bénéficier, si sa situation le justifie de jours d'absence supplémentaires fractionnables rémunérés pour pouvoir effectuer ses démarches administratives, se rendre à des rendez-vous médicaux ou en cas d'endométriose sévère. Un accompagnement spécifique est également prévu pour un salarié parent et en charge d'un enfant handicapé dont le taux d'invalidité est supérieur à 50 %, avec l'octroi de quatre jours d'absence fractionnables rémunérés par an. En parallèle, SMCP souhaite renforcer l'emploi indirect en créant des partenariats avec les entreprises adaptées (EA) et les établissements ou services d'aide par le travail (ESAT) d'ici à la fin de son accord en 2026. Ces actions s'inscrivent dans une démarche globale d'inclusion du handicap chez SMCP, qui comprend aussi des actions de formation des équipes qui collaborent avec un salarié en situation de handicap, ou encore d'aide au recrutement de nouveaux collaborateurs en situation de handicap.
- **la Charte Éthique Groupe** : avec une section dédiée « Promouvoir le dialogue, la diversité et l'inclusion » dans laquelle il est inscrit que « le Groupe s'engage à promouvoir la diversité et l'inclusion, l'égalité entre les hommes et les femmes et à mettre en œuvre les efforts nécessaires pour assurer aux collaborateurs un environnement de travail respectueux, motivant et stimulant ».

Gestion du harcèlement et des cas de discrimination

Depuis 2018, le Groupe a mis en place un dispositif d'alerte professionnelle afin de renforcer les moyens d'expression de l'ensemble de ses collaborateurs.

Accessible à l'ensemble des collaborateurs, il permet à chacun de signaler un problème, un cas de harcèlement ou de discrimination *via* une adresse unique dédiée ethics@smcp.com (voir détail dans la procédure d'alerte située dans le paragraphe « Politiques en matière de conduite des affaires et prévention et détection de la corruption et des pots-de-vin (G1-1, G1-3) »).

Afin d'assurer le bon déploiement et le suivi des mesures portées par la stratégie du Groupe, la Responsable diversité et inclusion de SMCP s'appuie sur des comités dédiés structurés au niveau de chaque région et au niveau Groupe. Les membres de ces comités reflètent la diversité de profils et de métiers présents au sein de l'entreprise.

Actions et ressources en matière de diversité et d'inclusion

Poursuite du programme d'engagement solidaire

En 2024, le Groupe a invité chacune de ses marques à sélectionner une cause et à formaliser un partenariat avec une association en lien avec celle-ci :

- Sandro a choisi de « promouvoir l'égalité des chances et la transmission des savoir-faire dans les métiers de la mode » en collaborant avec le fonds de dotation Maison Mode Méditerranée, qui accompagne et soutient les professionnels de la mode et de la culture ;
- Maje s'engage pour « l'empowerment féminin » en s'engageant auprès de l'association Rêv'Elles qui œuvre pour inspirer, accompagner et motiver les jeunes femmes issues des quartiers populaires dans leur épanouissement personnel et professionnel ;
- Fursac souhaite « favoriser la réinsertion par le travail » et a décidé de poursuivre son engagement auprès de l'association Force Femmes, accompagnant les femmes de plus de 45 ans au chômage vers le retour à l'emploi ;
- Claudie Pierlot porte l'engagement suivant « apporter de la joie aux personnes touchées par la maladie » en soutenant l'association RoseUp, une association qui œuvre pour améliorer le parcours et la qualité de vie des femmes touchées par le cancer, en proposant un accompagnement global, humain et accessible au sein de ses différentes Maisons ;
- à l'échelle du Groupe, à l'issue d'un vote des collaborateurs, la cause « Agir aujourd'hui pour les talents de demain » a été plébiscitée. Pour donner vie à cet engagement, le Groupe a noué un partenariat privilégié avec JobIRL association engagée pour l'égalité des chances, qui accompagne les jeunes dans la construction d'une orientation à la fois ambitieuse et réaliste, en favorisant une meilleure connaissance du monde professionnel.

Ces engagements ont ensuite été partagés auprès des collaborateurs. En 2025, le Groupe SMCP a souhaité renforcer cette démarche en amorçant le déploiement d'une plateforme d'engagement solidaire au sein de certaines marques en France ainsi qu'au siège du Groupe, auprès des fonctions support. Cette plateforme permet désormais aux collaborateurs volontaires de consacrer jusqu'à deux demi-journées par an, sur leur temps de travail, à des actions de bénévolat auprès d'associations référencées.

Le déploiement auprès des collaborateurs situés en France se poursuivra jusqu'au premier semestre 2026, avant une extension progressive dans l'ensemble des pays européens où les marques du Groupe sont présentes.

(1) Deux accords identiques ont été signé un couvrant l'UES SMCP et le second couvrant Fursac.

Lancement de la politique salariés aidants :

Dans la poursuite de ses actions en matière de diversité et d'inclusion, et dans le cadre de sa réflexion visant à déployer des politiques facilitant le quotidien de ses collaborateurs, le Groupe a lancé en 2025, une Politique salariés aidants.

SMCP reconnaît que l'accompagnement d'un parent, d'un enfant ou d'un proche en perte d'autonomie peut constituer un défi significatif au quotidien pour les salariés aidants. Conscient de ces réalités, le Groupe a structuré une politique visant à mieux les identifier, les accompagner et à leur proposer des dispositifs concrets et adaptés. Elle repose notamment sur les dispositifs suivants : l'octroi de jours d'absence rémunérés, un accompagnement social dédié, des possibilités d'aménagement du travail favorisant la flexibilité, une procédure de don de jours, accessible aux collaborateurs et abondée par l'entreprise et des congés aidants bénéficiant d'une meilleure indemnisation afin de répondre aux situations imprévues.

À travers cette démarche, le Groupe SMCP vise à garantir à chaque collaborateur aidant un cadre de soutien clair et accessible, lui permettant de concilier responsabilités personnelles et professionnelles. Cette politique traduit la volonté du Groupe de prévenir les impacts négatifs de l'aidance sur la santé, l'équilibre personnel et les parcours professionnels, et de promouvoir une culture fondée sur le lien et la solidarité.

Formation et sensibilisation des collaborateurs à la diversité et à l'inclusion

En 2025, Le Groupe a continué à enrichir son portail de formation dédié à la diversité et à l'inclusion. Cet espace propose des informations de culture générale sur la diversité et l'inclusion, une présentation détaillée de la stratégie du Groupe en la matière, ainsi que des formations sur des sujets clés au niveau global et/ou local, tels qu'une formation sur le recrutement sans discrimination ou une formation « standard de la diversité ». Cet espace permet le visionnage de conférences digitales proposées aux collaborateurs au cours de l'année.

En complément de cet outil digital, plusieurs actions de sensibilisation ont été déployées au cours de l'année 2025.

Par exemple sur le handicap, dans la continuité des actions entamées en 2024, une nouvelle semaine dédiée a été organisée avec notamment des ateliers de sensibilisation, des dépistages et des communications quotidiennes. Des affichages permanents ont aussi été déployés sur l'ensemble des sites afin de faciliter l'identification des contacts clés pour les personnes susceptibles de bénéficier de l'accompagnement de la mission handicap. De plus, l'ensemble des personnes travaillant dans les services ressources humaines, les directeurs régionaux et les responsables boutiques ont été formés au recrutement et l'intégration d'un collaborateur en situation de handicap.

Aussi, pour accompagner le lancement de la politique salariés aidants, une conférence a été organisée sur l'aidance en entreprise.

Poursuite de l'initiative Retail Lab

Dans la continuité des actions menées en 2023, le Groupe a reconduit l'initiative *Retail Lab*, proposant une formation innovante et certifiante de conseiller de vente omnicanale à des personnes éloignées de l'emploi. Celle-ci se déroule pendant un an dans le cadre d'alternances au sein des quatre marques du Groupe. Le programme a été conçu autour d'une organisation tripartite : elle s'appuie tout d'abord sur une personnalisation de la formation de conseiller de vente omnicanale portée par l'école EMA SUP ; l'Institut français de la mode anime quant à lui plusieurs journées autour de la culture mode ; et enfin, SMCP se charge d'acculturer tout au long de l'année les alternants aux marques, leur ADN et leur fonctionnement. SMCP a choisi d'accueillir chaque année au SMCP *Retail Lab*, une vingtaine de candidats éloignés de l'emploi[1] et venant de tous horizons, avec comme seuls critères de sélection leur motivation et leur intérêt pour la mode.

Indicateurs liés à la diversité et l'inclusion

DIVERSITÉ DANS L'ENCADREMENT

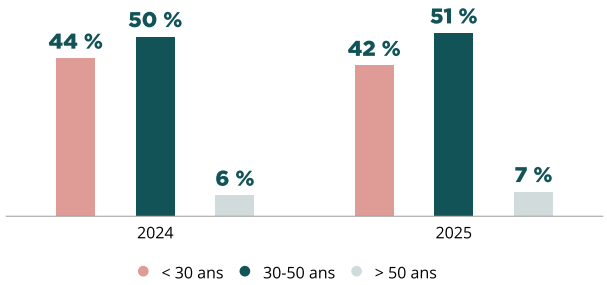
	2024	2025	Objectif 2025
Part des femmes dans le Conseil d'administration	56 %	56 %	> 50 %
Part des femmes dans le Comité exécutif	75 %	69 %	> 50 %
Part des femmes occupant un poste d'encadrement supérieur	73 %	78 %	> 50 %

La part des femmes dans les instances dirigeantes du Groupe et dans l'encadrement supérieur se maintient largement au-dessus de 50 %. Par ailleurs, les femmes représentent 78 % du top 100 de l'entreprise.

	Femme	Homme
Nombre de salariés au niveau de l'encadrement supérieur	74	21

(1) Publics en difficultés d'insertion, pas ou peu qualifiés, nécessitant des passerelles vers l'emploi.

PYRAMIDE DES ÂGES



93 % des collaborateurs du Groupe ont moins de 51 ans. L'âge moyen des collaborateurs est de 33 ans. Cette répartition reste stable depuis 2022.

PARENTALITÉ

	2025	Objectif 2025
Niveau de déploiement de la politique parentale *(en % de l'effectif total)*	100 %	100 %

Pour les prochaines années, l'objectif est de maintenir ce taux à 100 % en appliquant la politique parentale dans tout nouveau pays d'implantation du Groupe.

HANDICAP

	2024	2025	Objectifs
Part de personnes en situation de handicap parmi les salariés (périmètre : pays pour lesquels existe une réglementation sur l'obligation d'emploi de personnes en situation de handicap*)	0,45 %	1,00 %	2030 : 3 %
Part de personnes en situation de handicap parmi les salariés (périmètre France)	0,88 %	2,10 %	2026 : 1,8 %

* Soit France, Allemagne, Italie, Espagne, Portugal et Chine représentant 68,05 % des effectifs moyens du Groupe.

Précisions méthodologiques

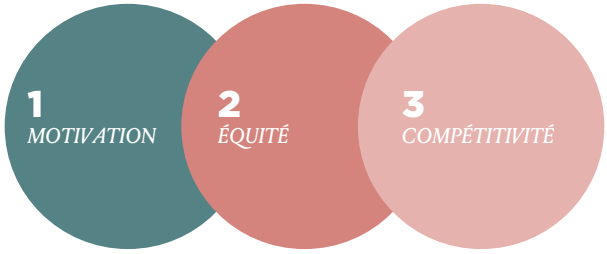
La méthodologie retenue pour le calcul du taux de personne en situation de handicap en France est la suivante : ratio de bénéficiaires de l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés (BOETH) sur total effectif ETP annuel moyen 2025 communiqué par l'URSSAF.

Selon la définition de la loi handicap concernant les BOETH, tous les contrats des salariés ayant une reconnaissance handicap valide en 2025 et présents dans les effectifs entre le 1er janvier et le 31 décembre 2025 ont été pris en considération, au prorata de leur temps de présence, de leur âge, de la durée de leur contrat et des dates de validité de leur reconnaissance handicap. La notion d'équivalent temps plein (ETP) correspond à une activité exercée sur la base d'un temps plein, soit à hauteur de la durée légale durant une année complète. Ainsi, pour les salariés à temps partiel, ou les salariés présents partiellement pendant l'année, la rémunération a été reconstituée sur une base temps plein. Les ETP ont été calculés par mois puis une moyenne a été calculée en reprenant tous les mois de l'année 2025.

RÉMUNÉRATION ET PROTECTION SOCIALE (S1-10, S1-11 ET S1-16)

Politiques et objectifs en matière de rémunération et protection sociale

La politique de rémunération est bâtie sur trois notions clés :



SMCP a pris soin d'élaborer une politique de rémunération attractive et incitative pour fidéliser les collaborateurs, mais aussi compétitive par rapport aux postes équivalents sur le marché pour attirer de nouveaux talents. La rémunération mise en place au sein du Groupe assure à chaque salarié un dispositif de rémunération motivant et compétitif incluant les éléments de rémunération comme le salaire fixe, la rémunération variable à court terme, et la rémunération à long terme ainsi que les avantages sociaux et en nature.

En plus de toujours respecter les minima fixés par les législations locales, le Groupe veille à appliquer des pratiques salariales non discriminantes.

Rémunération compétitive

En 2025, 100 % de la population de SMCP percevaient un salaire au moins égal ou supérieur au salaire minimum national ou local.

Le salaire minimum légal est déterminé conformément aux principes fondamentaux définis par l'Organisation internationale du travail dans l'ensemble des pays où le Groupe est implanté, à l'exception de Macao et de Taïwan. Pour ces deux territoires, le Groupe veille à ce que les niveaux de rémunération fassent l'objet d'analyses régulières, afin de s'assurer qu'ils ne soient pas significativement inférieurs aux données issues des enquêtes de rémunération de référence.

SMCP vise à assurer un salaire équitable et compétitif à ses collaborateurs. Le Groupe veille à ce que, tous les ans, la rémunération de chaque collaborateur fasse l'objet d'une analyse permettant de s'assurer de l'alignement des rémunérations avec le marché interne et externe, afin d'attirer les bons candidats, fidéliser les talents, et rémunérer les collaborateurs conformément à leur niveau de performance à leur poste.

Les budgets d'augmentation alloués à la politique salariale sont négociés avec les partenaires sociaux lors des différentes réunions consacrées à la négociation annuelle obligatoire.

Les campagnes d'augmentations individuelles sont encadrées pour guider les managers dans leurs propositions, en tenant compte de la situation du collaborateur par rapport à ses pairs et du marché externe, de sa performance, de son potentiel d'évolution, le tout en suivant la politique de non-discrimination du Groupe (origine, genre, nationalité, ou tout autre critère qui ne soit pas professionnel).

Le Groupe est en veille sur les avancées et discussions autour du salaire décent et réalisera une analyse dans les prochaines années sous réserve de référentiel disponible publiquement.

Rémunération de la performance

Afin de corréler de façon optimale la rémunération des collaborateurs avec les objectifs du Groupe, la rémunération variable des collaborateurs des sièges est structurée de façon à refléter la contribution de chaque collaborateur à la réalisation des objectifs collectifs et individuels, définis en cohérence avec la stratégie du Groupe.

Les objectifs allient la contribution individuelle et la performance collective. En effet, les objectifs annuels portent sur des indicateurs de performance en lien avec le domaine d'activité du salarié, mais également sur l'indicateur de performance du Groupe qui est l'EBIT. En 2025, 60 % de la population siège est éligible à un variable annuel.

L'évaluation de cette performance est faite grâce à un système d'évaluation annuelle de l'ensemble des collaborateurs, tel que décrit dans le paragraphe « Développement des talents et gestion des compétences des collaborateurs (S1-13) ».

De plus, 100 % des équipes de vente sont éligibles à une part variable qui est indexée sur la performance commerciale qui peut être collective ou individuelle.

L'ensemble des membres des comités de direction soit 1,9 % des effectifs dispose également d'actions gratuites de performance constituant une rémunération variable à long terme. Le nombre d'actions attribuées à chaque manager varie en fonction du niveau de responsabilité. Les actions gratuites de performance, livrées à l'issue de la période d'acquisition, sont soumises à une condition de présence au moment de l'acquisition, ainsi qu'à des conditions de performance liées à l'atteinte des objectifs financiers internes, à la performance de l'action SMCP par rapport aux sociétés composant l'indice du CAC *Mid & Small*, et à l'atteinte d'objectifs RSE (voir paragraphe 4.2 « Rémunérations et avantages »).

Participation et intéressement (France)

En France, les collaborateurs des sociétés appartenant à l'UES SMCP bénéficient de la participation au titre d'un accord collectif conclu le 1er septembre 2012. Dans le cadre de cet accord, la réserve spéciale de participation est liée aux résultats des sociétés incluses dans le périmètre de l'accord et prend la forme d'une participation financière à effet différé calculée en fonction du bénéfice net de ces sociétés. Pour bénéficier de la répartition de la réserve spéciale de participation, les collaborateurs doivent justifier d'au moins trois mois d'ancienneté dans l'une ou plusieurs des entreprises ayant signé l'accord.

Les collaborateurs de la société Fursac bénéficient de la participation au titre d'un accord collectif signé en 2002.

Dans le cadre de ces deux accords, la réserve spéciale de participation est calculée conformément aux dispositions légales (article L. 3324-1 du Code du travail) et les montants sont répartis proportionnellement au salaire brut perçu sur l'année de référence.

Pour 2025, le montant de la réserve spéciale de participation de l'UES SMCP était d'environ 1.04 mois de salaire brut pour un salarié présent tout au long de l'année. Le montant de Fursac était nul.

Depuis 2022, les collaborateurs des sociétés appartenant à l'UES SMCP sont associés aux résultats de l'entreprise au travers d'un dispositif d'intéressement collectif.

Les conditions d'éligibilité sont les mêmes que pour la participation.

L'intéressement est calculé en fonction d'un objectif collectif autour de la RSE, d'un objectif collectif relatif à l'engagement social et à la politique RH ainsi que d'un objectif lié au chiffre d'affaires de la France. Pour 2025, ce montant est nul en raison de l'application des plafonds prévus par l'accord.

L'UES dispose d'un plan d'épargne entreprise constitué de cinq fonds de natures différentes présentant des niveaux de risque et des perspectives de performance plus ou moins importants. La société Fursac dispose également d'un plan d'épargne entreprise sur lequel peuvent être versés les montants perçus au titre de la participation.

Égalité de genre et égalité de rémunération pour un travail de valeur égale

Afin d'atteindre l'objectif du Groupe d'égalité salariale à situation comparable, SMCP a mis en place une méthodologie commune au sein du Groupe, pour mesurer et analyser annuellement les écarts salariaux entre femmes et hommes par niveau de poste dans chaque pays. Cela permet à SMCP d'effectuer des plans d'actions correctifs chaque année pour les cas où il y aurait des écarts de rémunération de plus de 2 % sans justification.

L'analyse des écarts de rémunération entre les sexes englobe l'ensemble des effectifs de SMCP présents au 31 décembre 2025. Afin d'améliorer l'exactitude et la pertinence des résultats, certaines exclusions ont été appliquées en raison d'incohérences identifiées dans les données remontées. De plus, à ce jour, le système d'information utilisé ne permet pas au Groupe d'extraire la donnée de rémunération pour certains pays, qui ne sont pas encore intégrés dans l'outil, ne permettant pas une analyse annuelle. Ces exclusions représentent 3 % de l'effectif total.

L'analyse des écarts de rémunération entre les sexes est réalisée sur la base des niveaux de rémunération horaire brute de chaque pays.

L'écart de rémunération entre les femmes et les hommes est de 9 % au sein de SMCP en faveur des hommes. Ce chiffre ne tient pas compte des spécificités de rémunérations des pays où elle est présente ainsi que des niveaux de postes. Afin d'offrir une perspective plus détaillée et plus pertinente, SMCP analyse les écarts en prenant en compte le niveau de poste dans chaque pays. Au niveau monde, cet écart est de 0,4 % en faveur des femmes. Ces résultats fournissent collectivement une vue d'ensemble de la dynamique salariale femmes-hommes en fonction des niveaux de responsabilités, facilitant ainsi la prise de décisions éclairées et favorisant la transparence au sein de l'organisation.

Chaque année, une analyse de l'écart femmes-hommes est effectuée en comparant les rémunérations contractuelles des contrats permanents par pays et par niveau de poste afin de mettre en place des actions individuelles ou collectives en cas d'écarts supérieurs à +/-2 % non justifiés par l'expérience, la performance, le périmètre ou encore le niveau de responsabilité.

Écart de rémunération entre les hommes et les femmes

	2024	2025	Objectifs annuels
Écart de rémunération entre les hommes et les femmes en prenant en compte les niveaux de poste dans tous les pays SMCP	-0,5 %	-0,4 %	+/-2 %

Protection sociale

Conformément à son engagement à respecter les exigences légales dans chaque pays d'implantation, le groupe SMCP veille à ce que ses employés bénéficient d'une protection sociale adéquate et renforce activement ses actions en matière de protection sociale lorsque cela est nécessaire, en s'efforçant de s'aligner sur les normes internationales tout en respectant les réglementations locales. Il concentre ses efforts sur la fourniture d'un soutien complet à son effectif, en tenant compte des circonstances uniques de chaque pays et type de collaborateur afin de garantir une couverture sociale équitable et solide (maladie, chômage, accident du travail, parentalité et retraite).

Il est important de noter que l'approche du groupe SMCP en matière de protection sociale est décentralisée, en s'appuyant sur le respect des exigences légales propres à chaque pays. Par conséquent, la couverture peut varier en fonction des réglementations et pratiques en vigueur dans les juridictions respectives.

Plus précisément, dans certains des pays où le Groupe opère, il peut y avoir des variations dans la couverture des événements majeurs de la vie tels que les maladies, le chômage, les accidents du travail, la parentalité et la retraite selon les catégories d'employés.

Concernant la parentalité, le Groupe a souhaité mettre en œuvre de façon volontaire une politique avec un socle de droits communs à l'ensemble des collaborateurs dans le monde (voir paragraphe « Diversité et inclusion (S1-9 et S1-12) »).

Ratio annuel de rémunération totale

Le ratio annuel de rémunération totale est égal à 58,9 en 2025. Ces résultats sont présentés dans le contexte de l'organisation multinationale du Groupe.

Il est important de souligner que la comparaison porte sur la rémunération la plus élevée d'une multinationale cotée en France, avec des employés répartis dans le monde entier. Ces éléments contextuels sont essentiels pour interpréter le ratio de rémunération dans divers contextes mondiaux, en tenant compte des spécificités des normes de rémunération internationales, des fluctuations de change et des variations régionales des pratiques salariales.

Précisions méthodologiques :

La méthodologie retenue pour le calcul du ratio annuel de rémunération totale est la suivante :

- tous les contrats des salariés présents au 31 décembre 2025 ont été pris en considération ;
- selon la définition de l'Insee, le salaire médian est le salaire qui divise les salariés de l'entreprise en deux parties égales, telles que la moitié des salariés de l'entreprise considérée gagne moins et l'autre moitié gagne plus ;
- comme pour le ratio de rémunération femmes-hommes, certaines exclusions ont été appliquées. En effet, le système d'information utilisé, ne permet pas au Groupe d'extraire la donnée de rémunération pour certains pays, qui ne sont pas encore intégrés dans l'outil, ne permettant pas une analyse annuelle. SMCP a pour objectif dans les cinq prochaines années de couvrir 100 % des effectifs dans l'outil ou *via* un autre système. Ces exclusions représentent 3 % de l'effectif total ;
- la rémunération tient compte de la rémunération fixe, de la rémunération variable, des primes, des avantages en nature, des avantages d'assurance santé et prévoyance, des actions gratuites de performance valorisées selon leur valeur IFRS, ainsi que de l'épargne salariale au travers de la participation et l'intéressement.

DÉVELOPPEMENT DES TALENTS ET GESTION DES COMPÉTENCES DES COLLABORATEURS (S1-13)

Politique et objectifs en matière de développement des talents et gestion des compétences des collaborateurs

Le *retail* est un secteur connu pour son exigence, son dynamisme et sa concurrentialité. De ce fait, SMCP cherche à travers sa politique talent à accompagner ses collaborateurs dans l'acquisition de savoir-être et savoir-faire indispensables aux réussites de leurs missions et à leur proposer des parcours d'évolution personnalisés, faisant de la formation et la gestion des compétences deux piliers essentiels de la politique RH du Groupe. Cette politique vise à :

- **former l'ensemble des collaborateurs**[1] **aux valeurs et aux métiers du Groupe** dès les premiers jours de leur arrivée pour en faire des collaborateurs engagés, compétents et capables de répondre aux exigences pointues du secteur ;
- **favoriser la productivité et la créativité de chacun** par l'épanouissement professionnel et la valorisation des compétences de chacun ;
- **permettre l'évolution et le développement de nouvelles compétences** par des actions de formation et des opportunités de mobilité.

Gestion des compétences des collaborateurs

La politique talent du Groupe se construit autour des valeurs SMCP afin de proposer à chacun des possibilités de développement et d'évolution dynamiques. L'innovation et la capacité d'adaptation des équipes sont des éléments déterminants des métiers, où les collections se renouvellent en permanence et où le marché évolue toujours plus vite. Le développement des collaborateurs est un élément central de la politique RH afin d'améliorer la performance individuelle, mais également de renforcer la compétitivité globale de l'entreprise.

Les comités talent permettent de suivre avec les DRH des différentes régions les sujets Groupe et locaux, et de fournir le même niveau d'information et les mêmes directives à tous. Toutes les étapes du cycle talent (campagnes en cours ou à venir) y sont notamment abordées pour anticipation, pilotage ou bilan.

Au vu du rôle central de l'entretien de performance dans le cycle talent, SMCP suit avec attention son taux de complétion. À la fin de la campagne, SMCP bénéficie d'un taux d'engagement fort sur ces processus pour l'ensemble des populations éligibles (siège et *retail*) et sur l'ensemble du périmètre géographique du Groupe. L'objectif est de maintenir un taux supérieur à 90 %.

Mobilité interne

SMCP favorise et valorise fortement les évolutions internes, verticales et horizontales, au sein des *business units* et entre elles. La mobilité est considérée comme un facteur clé de fidélisation et de développement des collaborateurs, sur un marché très concurrentiel.

Le Groupe, grâce à la diversité de ses marques, ses différents métiers et sa présence à l'international, offre de réelles perspectives de carrière. SMCP bénéficie en effet d'une richesse d'expertises et d'implantations géographiques qui lui permettent de proposer une large palette d'opportunités. Cette politique s'incarne dans les équipes de force de vente, où le Groupe encourage la mobilité interne sur tous les postes, et particulièrement sur ceux de responsables boutique. Le Groupe s'est fixé pour objectif qu'au moins 60 % des postes de responsables de boutique vacants au cours de l'année soient pourvus via la promotion interne. À fin 2025, 66[2] % des responsables boutiques répondaient à cette définition.

Le cycle de carrière SMCP est structuré pour accompagner l'évolution avec des promotions intermédiaires (premier vendeur, adjoint) et des formations permettant d'arriver progressivement à cette fonction clé.

Les critères d'éligibilité à la mobilité attestent d'une volonté de dynamisme, avec seulement neuf mois d'ancienneté requis pour pouvoir bénéficier d'une mobilité dans les fonctions *retail* et 18 mois pour les fonctions siège.

La mobilité est suivie *via* des comités mobilités. Ils visent à échanger autour des opportunités à pourvoir au sein des différentes entités, faire remonter les besoins de personnel et encourager les mobilités par des discussions autour des collaborateurs qui pourraient bénéficier d'opportunités d'évolutions internes horizontales ou verticales.

SMCP a également pour ambition d'avoir une majorité de promotions internes pour son encadrement supérieur. En 2025, 71 % de ces postes ont été pourvu en interne.

Formation

SMCP est convaincu que développer les compétences des collaborateurs, accroître leurs aptitudes et mettre en place des parcours d'acquisition de nouveaux savoirs est autant dans l'intérêt des collaborateurs que dans ceux du Groupe.

SMCP recrute des niveaux d'expérience et des niveaux de diplôme très diversifiés. Les premiers paliers en boutique sont accessibles sans forcément un niveau d'étude précis. Ainsi, la formation est un pilier essentiel de la stratégie RH et notamment, pour les équipes terrain qui travaillent au contact direct des clients en boutique.

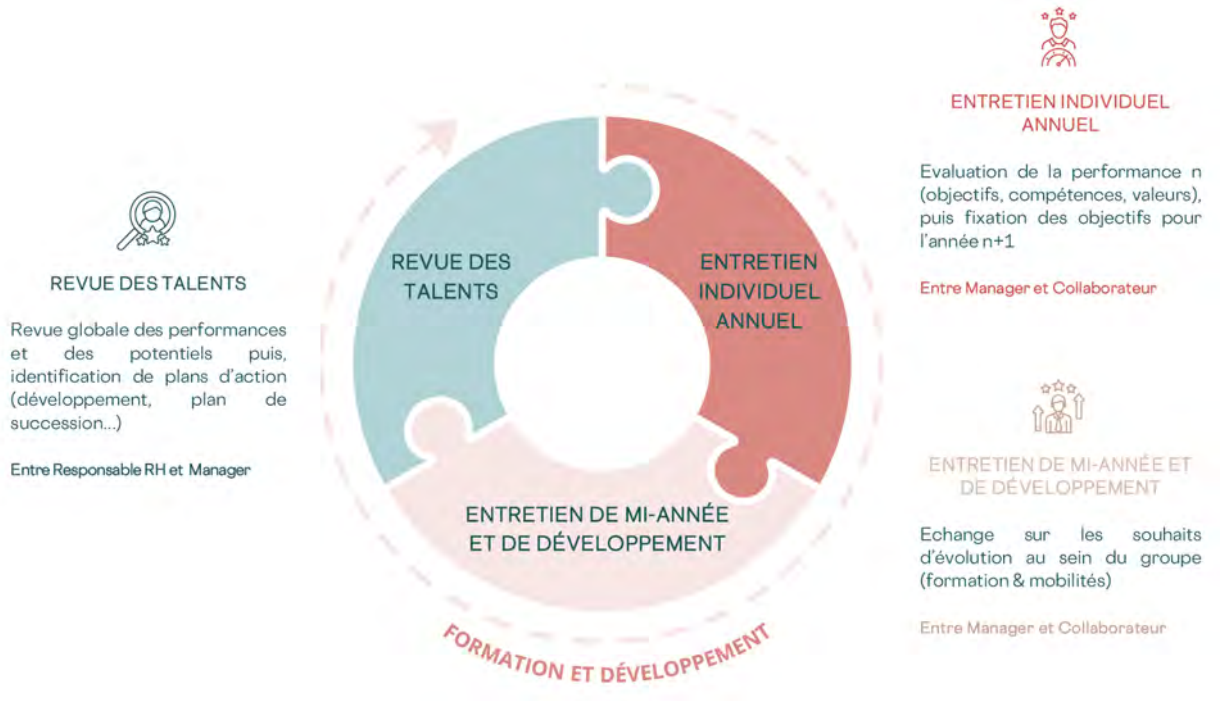
En investissant dans le développement des compétences des collaborateurs dès leur parcours d'intégration, et en offrant des approches pédagogiques diversifiées, le Groupe vise à offrir un environnement dans lequel chaque collaborateur peut apprendre et développer des compétences nécessaires à la bonne réalisation de ses missions tout en renforçant le sentiment de bien-être au travail de ses équipes. Afin de s'assurer que la politique et les actions mises en place répondent aux attentes des collaborateurs, le Groupe s'est fixé l'objectif de maintenir une note ⩾ 4/5 à la question « J'ai l'opportunité d'apprendre et de développer mes compétences », adressée via son baromètre collaborateurs.

(1) Formation « SMCP Vision » en e-learning accessible à l'ensemble des collaborateurs du monde et formation en présentiel pour les nouveaux collaborateurs des sièges parisiens.
(2) La donnée exclut le périmètre Australie et Nouvelle-Zélande qui n'ont pas de système d'information permettant le suivi (représentant 3 % de l'effectif total).

Actions et ressources liées au développement des talents et gestion des compétences des collaborateurs

Cycle talent et outil associé

Le cycle talent s'articule au travers de plusieurs moments forts dans l'année, communs à l'ensemble du Groupe :



Afin d'assurer efficacement et plus spécifiquement l'exercice annuel de revue des talents, deux instances sont déployées :

- un comité de revue des talents par *business unit*, regroupant le Directeur Général et le Directeur des ressources humaines de chaque entité ainsi que de la Directrice des ressources humaines Groupe et le Responsable développement talent Groupe. Il permet de procéder à une préparation du comité revue des talents Groupe ;
- un comité de revue des talents Groupe, regroupant l'ensemble des Directeurs Généraux des entités, le Directeur Général SMCP et animé par la Directrice des ressources humaines Groupe et le Responsable développement des talents Groupe. L'objectif de ce comité est de présenter les résultats de la consolidation des différents exercices de revue.

Formation des collaborateurs dès leur intégration, outil et ressources mobilisées

Le parcours d'intégration des équipes terrain allie l'apprentissage en boutique à une plateforme digitale de formation *MyLearning*. La volonté est d'avoir un parcours adapté en fonction des marques et des postes occupés.

Ce programme, compris entre deux et trois semaines, est proposé à chaque nouveau vendeur pour lui permettre de découvrir : sa marque (histoire, valeurs, ADN de la marque) ; les processus de vente, les produits (la collection, les tendances, les mise en valeur) ; les règles de gestion de la boutique et des enjeux spécifiques (cybersécurité...) à travers des modules de sensibilisation *e-learning* transverses au Groupe. En complément, des managers de terrain sont identifiés et formés afin d'accompagner les nouveaux entrants.

L'intégration pour les nouveaux collaborateurs des sièges parisiens du Groupe est également composée de plusieurs moments clés, dont une matinée de bienvenue au sein de leur marque, plusieurs modules *e-learning* clés et obligatoires à suivre dans les premières semaines sur la plateforme *MyLearning* (cybersécurité, prévention de la corruption et conflits d'intérêts...) ; une visite guidée des entrepôts logistiques ; une formation SMCP vision, pendant laquelle les collaborateurs sont sensibilisés à l'histoire globale du Groupe ainsi qu'à ses valeurs.

En complément, le Groupe offre aussi aux nouveaux arrivants la possibilité de passer une demi-journée à une journée dans l'une des boutiques.

Pour les équipes terrain comme pour les équipes siège, il est à noter que la plateforme *MyLearning* est accessible dès le premier jour aux nouveaux collaborateurs[1], avec un catalogue riche et varié allant au-delà des modules d'intégration.

Au-delà du processus d'intégration, SMCP accompagne ses collaborateurs sur le développement de leurs compétences tout au long de leur carrière. L'offre est personnalisée aux métiers, avec deux grandes populations distinctes : *retail* et siège.

Pour former les équipes force de vente des programmes sur-mesure ont été construits en interne. Parmi celles-ci se trouvent tous les contenus de collection à destination des forces de vente de chaque marque, ils permettent de diffuser l'esprit et les inspirations des deux collections annuelles (printemps-été et automne-hiver) en proposant de nombreux *verbatim* ou vidéos des équipes créatives. Ils sont mis à disposition graduellement au cours de la saison, suivant le rythme des nombreuses capsules qui composent usuellement chaque collection.

(1) À l'exclusion de ceux rejoignant le Groupe pour moins de 3 mois.

Pour les populations sièges dont les métiers sont très variés, SMCP s'entoure de prestataires spécialisés et réexamine tous les ans son offre de formation.

Une équipe interne de spécialistes SMCP dédiée à la plateforme *MyLearning* travaille à la production de nouveaux contenus tout au long de l'année. SMCP propose en coordination étroite avec chaque marque, un ensemble de parcours personnalisés.

Dans les marques, des responsables formation sont dédiés. Ils sont en charge des parcours d'excellence spécifiques à leur marque.

Le Groupe est attentif à la satisfaction de ses collaborateurs vis-à-vis de l'offre de formation *via* le suivi de la note à la question « J'ai l'opportunité d'apprendre et de développer mes compétences (*e-learning*, formations, certifications, projets) » de son baromètre interne. En 2025, cette note s'est maintenue au niveau de 4,1/5 et figurait dans les meilleures notes obtenues par le Groupe.

Lancement du parcours INSIDE

Fin 2022, la première promotion du SMCP Retail Lab a été lancée. Ce programme exigeant, inspirant et unique avait pour objectif de former au métier de conseiller de vente des personnes éloignées de l'emploi. Dès son lancement, l'entreprise souhaitait également capitaliser sur cette expertise pédagogique pour la mettre au service de ses talents internes. C'est dans cette continuité que, en 2025, le programme INSIDE a été créé.

La première promotion du programme INSIDE a été destinée à 20 conseillers de vente et premiers vendeurs identifiés pour leur potentiel. Ce parcours structurant soutient le développement des talents au sein de l'entreprise et renforce l'employabilité des participants.

Le programme permet aux collaborateurs de :

- acquérir une vision globale de leur rôle et de l'écosystème de l'entreprise ;
- renforcer leurs compétences professionnelles, notamment en posture, communication assertive, analyse et efficacité relationnelle ;
- favoriser leur progression et leur mobilité interne ;
- les formations sont dispensées en interne par l'école de formation de l'entreprise et constituent un levier pour l'évolution professionnelle et la reconnaissance des talents.

Les résultats observés sont significatifs : la première promotion, qui se clôturera fin janvier 2026, a déjà permis à 60 % des participants d'être promus, illustrant l'impact concret du programme sur le développement des compétences et la progression de carrière des collaborateurs.

Indicateurs liés au développement des talents et gestion des compétences des collaborateurs

Développement des collaborateurs

	2024	2025	Objectif annuel
Part de salariés ayant complété l'entretien de performance annuel[1]	93 %	95 %	> 90 %

(1) Cet indicateur correspond à l'exigence de publication « Part des collaborateurs ayant bénéficié de bilans réguliers de Performance et d'évolution de carrière ».

Mobilité

	2024	2025	Objectif annuel
Part des postes de responsables de boutique vacants au cours de l'année et pourvus via la promotion interne*	69 %	66 %	> 60 %

* La donnée exclut le périmètre Australie et Nouvelle-Zélande (représentant 3 % de l'effectif total).

Formation

Sur la formation, SMCP suit la volumétrie d'heures dont bénéficient ses collaborateurs afin de s'assurer qu'elle est cohérente avec ses ambitions de développement.

NOMBRE MOYEN D'HEURES DE FORMATION

	2024	2025
Nombre moyen d'heures de formation**	13,8	13,7

** Correspondant à 161 450 heures pour 2024 et 146 749 heures pour 2025. 82 % des heures effectuées correspondent à du *e-learning*.

La baisse du volume d'heures de formation en 2025 s'explique par un changement de stratégie des marques, réduisant les heures de formation pour les collaborateurs en boutique au profit d'un apprentissage sur le terrain plus personnalisé et centré sur l'offre commerciale.

Précisions méthodologiques

Le nombre moyen de formation a été calculé en faisait le ratio du nombre total d'heures de formation dispensé sur le nombre total de collaborateurs présents dans les effectifs en 2025.

L'an dernier, le calcul était effectué sur la base du nombre de personnes ayant reçu au moins une formation. Le résultat était de 18 heures en moyenne pour 2024. Si la même méthodologie avait été conservée, le résultat serait identique pour 2025.

Le nombre total d'heures de formation correspond à la somme des heures de formation réalisées en présentiel ou classes virtuelles et le nombre total d'heures de formation réalisées en *e-learning*.

Le nombre total d'heures de formation réalisées en *e-learning* a été corrigé : toutes les durées de formation supérieures à trois heures ont été supprimées du reporting, car, au vu du catalogue des formations proposées, ces durées semblent erronées et auraient pu conduire à une surévaluation de la volumétrie.

NOMBRE MOYEN D'HEURES DE FORMATION PAR GENRE

	Femme	Homme
Nombre moyen d'heures de formation	18	18

Les données présentées ici excluent deux régions : l'Amérique, pour laquelle l'identification par genre n'est pas permise, et la région APAC, pour laquelle le reporting par genre n'était pas mis en place en 2025. Après analyse, en France et en Europe, il n'y a donc pas de différence d'accès à la formation entre les hommes et les femmes.

NOMBRE MOYEN D'HEURES DE FORMATION PAR CATÉGORIE PROFESSIONNELLE

	Employé	Agent de maîtrise	Cadre
Nombre moyen d'heures de formation	15	24	20

Le calcul par catégories est disponible uniquement pour les collaborateurs basés en France. À ce jour, le système d'information utilisé, ne permet pas au Groupe de faire l'analyse pour l'ensemble des collaborateurs en raison d'une classification des catégories de management non homogène à travers le monde. La catégorie « employé » regroupe principalement les vendeurs, et les agents de maîtrise correspondent aux responsables de boutique et responsables adjoints. En 2025, le nombre moyen d'heures de formation a diminué pour la catégorie employé, reflétant la stratégie visant à alléger les contenus de formation au profit d'un accompagnement plus pratique sur le terrain. La différence de volume moyen de formation entre les employés et les agents de maîtrise s'explique par l'accès des responsables boutiques à des formations spécifiques en lien avec leurs responsabilités managériales.

	2024	2025
Part de collaborateurs ayant reçu au moins une formation	75 %	76 %

Baromètre de satisfaction des collaborateurs

	2024	2025	Objectif annuel
Note obtenue à la question « J'ai l'opportunité d'apprendre et de développer mes compétences »	4,1	4,1	⩾ 4

SANTÉ, SÉCURITÉ ET QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL (S1-14 ET S1-15)

Politique et objectifs de santé, sécurité et qualité de vie au travail

La politique de santé, sécurité et équilibre vie professionnelle-vie personnelle du Groupe repose sur le principe de garantir aux collaborateurs un environnement de travail sain, sûr et permettant le maintien d'un équilibre avec sa vie personnelle.

En France, elle est relayée par plusieurs accords :

- **principes de santé et sécurité (France) :** ces principes établissent les normes et les procédures visant à garantir la sécurité et la santé des collaborateurs. Ils reposent sur le document unique d'évaluation des risques professionnels (DUERP) destiné à améliorer la sécurité et la santé physique et mentale des collaborateurs, d'éviter ou de limiter les risques professionnels, en incluant des mesures de prévention des accidents, des protocoles de sécurité, l'accès à des lignes d'écoute psychologique et des programmes de formation en santé et sécurité ;
- **accord sur l'égalité professionnelle, la qualité de vie au travail (France) :** cet accord, qui a été conclu le 23 juin 2022 avec l'ensemble des organisations syndicales représentatives au sein de l'UES SMCP vise à promouvoir l'articulation entre vie professionnelle et personnelle, créer un environnement de travail inclusif et diversifié et améliorer la qualité de vie au travail ;
- **télétravail et principes d'organisation du travail (France) :** cet accord, signé en mars 2022, à l'unanimité, définit les modalités et les conditions du télétravail, assurant une flexibilité et une productivité accrues tout en maintenant un équilibre sain entre vie professionnelle et vie personnelle. Il inclut des directives sur l'aménagement du poste de travail à domicile, la gestion du temps et la relation avec le manager, le cadre et les exceptions, ainsi que les outils technologiques et précautions nécessaires.

Le Comité social et économique (CSE) joue en France un rôle central dans les décisions stratégiques et le suivi des initiatives de l'entreprise, ainsi qu'un rôle clé dans la gouvernance de la politique de santé, sécurité et équilibre vie professionnelle-vie personnelle. Il réunit au minimum une fois par mois les élus et représentants des organisations syndicales.

La commission santé, sécurité et conditions de travail (CSSCT), émanation du CSE, se réunit au minimum quatre fois par an et se concentre spécifiquement sur les questions liées à la santé, la sécurité et les conditions de travail. Elle analyse les risques professionnels, propose des actions de prévention, et veille à l'application des réglementations en matière de santé et sécurité.

Les responsables des ressources humaines (RH) et les référents qualité de vie au travail (QVT), supervisent et mettent en œuvre les politiques et actions relatives à l'équilibre vie professionnelle-vie personnelle, et s'assurent que ces politiques soient alignées avec les objectifs stratégiques de l'entreprise.

Au niveau Groupe, des principes globaux en matière de santé, sécurité et équilibre vie professionnelle-vie personnelle sont déployés afin de garantir à l'ensemble des collaborateurs un environnement de travail sain et sécurisé, tout en favorisant un bon équilibre entre leur vie professionnelle et personnelle. Ces principes s'appuient sur des standards internationaux et des initiatives locales adaptées aux spécificités de chaque pays.

Le Groupe mesure la satisfaction de l'ensemble de ses collaborateurs vis-à-vis de sa politique à travers son baromètre. Couvrant plusieurs sujets dont la perception des équipes sur la santé, la sécurité et le bien-être, il permet au Groupe d'avoir une photographie du ressenti des collaborateurs et de déterminer des plans d'actions en vue d'amélioration continue.

Le Groupe s'est fixé un objectif annuel sur la question « Je considère que ma santé/sécurité est assurée sur mon lieu de travail du baromètre ». L'objectif est de maintenir une note ⩾ 4/5.

Actions et ressources liées à la santé, sécurité et qualité de vie au travail

Afin de garantir le bien-être des collaborateurs tout au long de leur expérience SMCP, de nombreuses initiatives sont mises en place dès leur arrivée dans l'entreprise :

Semaine annuelle de sensibilisation à la QVT et initiatives régulières

Une semaine dédiée à la qualité de vie au travail est organisée chaque année, incluant une variété d'activités telles que des sessions de sport, des ateliers de nutrition, des conférences sur la déconnexion numérique, l'organisation du temps, la communication interpersonnelle ou autres ateliers visant à prendre du temps pour soi. Cette semaine s'ajoute à des initiatives dans les différentes entités du Groupe et dans les régions, visant à encourager l'équilibre des collaborateurs. Des initiatives similaires sont organisées au moins une fois par an dans les régions.

Ligne d'écoute psychologique et santé mentale

Une ligne d'assistance disponible 24/7 est mise en place pour tous les collaborateurs lorsqu'un événement le requiert, offrant un soutien psychologique et des conseils en santé mentale, en plus des dispositifs de médecine du travail. Des professionnels qualifiés d'un organisme habilité IPRP (intervenant en prévention des risques professionnels), sont alors disponibles pour fournir une aide confidentielle et immédiate.

Baromètre de satisfaction

Depuis 2023, le Groupe a mis en place des enquêtes internes déployées au niveau monde afin d'évaluer la satisfaction de l'ensemble des collaborateurs. Les résultats sont analysés pour identifier les forces et les domaines nécessitant des améliorations, afin d'adapter plans d'actions et initiatives en vue d'améliorer le bien-être de tous et toutes. Une question spécifique au sujet de santé et sécurité est couverte par un objectif.

Formations santé et sécurité

Des formations obligatoires en matière de santé et sécurité sont proposées, incluant premiers secours, gestion des risques, et prévention des accidents et gestes et postures, notamment dans les entrepôts et les sièges. De plus, des procédures et des kits formation sécurité sont à la disposition du personnel de points de vente.

En 2025, à la suite des retours des collaborateurs du retail en Europe recueillis via le baromètre, une nouvelle formation dédiée à la santé et à la sécurité, spécifiquement adaptée aux enjeux du réseau retail, a été déployée. Cette formation a été particulièrement bien accueillie, avec une note de satisfaction de 4,9/5 attribuée par les équipes retail.

Des formations spécifiques pour améliorer la qualité de vie au travail, telles que la gestion du stress, du temps, la communication non violente sont proposées. Des conférences sur l'équilibre vie professionnelle/vie privée sont par ailleurs organisées ainsi que des actions de sensibilisation aux techniques de relaxation.

Campagnes de sensibilisation

Le Groupe organise ou relaie plusieurs fois par an des campagnes de don du sang ou de dépistages médicaux. Ces initiatives visent à encourager les collaborateurs à prendre soin de leur santé et à participer à des actions de solidarité, de dons lors d'événements dans le monde, d'aide à des populations moins favorisées.

Indicateurs liés à la santé, sécurité et qualité de vie au travail

Comme justifié dans le paragraphe « Caractéristique des travailleurs non-salariés S1-7 », les éléments sur l'accidentologie couvrent uniquement les travailleurs salariés du Groupe.

Suivi du taux d'absentéisme et de taux d'accidents du travail

Une surveillance régulière des taux d'absentéisme est réalisée afin d'identifier les tendances et les problèmes potentiels liés à la santé ou au stress. Des actions correctives sont mises en place en fonction des analyses de données. Un suivi des incidents et accidents du travail est aussi mené afin d'évaluer l'efficacité des mesures de sécurité.

	2024	2025
Part des salariés couverts par un système de gestion de la santé et de la sécurité	100 %	100 %
Part des salariés couverts par un système de gestion de la santé et de la sécurité (périmètre France et Europe)	100 %	100 %
Nombre de décès à la suite d'accidents du travail et de problèmes de santé liés au travail	0	0
Nombre d'accidents du travail	128	113
Taux de fréquence des accidents du travail (nombre d'accidents du travail par millions d'heures travaillées)	13,13	12,75
Nombre de cas de maladies professionnelles déclarées dans l'année	8	9
Nombre de jours calendaires perdus en raison d'accidents du travail et de décès dus à des accidents du travail, de maladies professionnelles et de décès dus à des maladies liées au personnel	5 947	8 264

Le taux d'absentéisme en France reste stable à 7 % en 2025. Ce taux est calculé en tenant compte des heures d'absences qui ne sont pas prévisibles, rapportées aux heures travaillées sur l'année 2025.

Équilibre entre vie professionnelle et vie privée

100 % des effectifs SMCP sont éligibles à un congé familial (congé maternité/adoption, congé paternité/second parent).

Part des salariés concernés ayant droit et ayant pris ce type de congé	2024	2025
Congé maternité/adoption : pour les femmes salariées dans l'année ou pour les femmes et les hommes salariés dans l'année en cas d'adoption	5 %	5 %
Congé paternité/second parent : pour les pères et les seconds parents, à l'occasion de la naissance ou de l'adoption d'un enfant	0,4 %	0,4 %

Baromètre de satisfaction des collaborateurs

	2024	2025	Objectif annuel
Note obtenue à la question « Je considère que ma santé/sécurité est assurée sur mon lieu de travail »	4,1	4,1	⩾ 4

3.3.2 Travailleurs de la chaîne de valeur [S2]

IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS MATÉRIELS LIÉS AUX TRAVAILLEURS DE LA CHAÎNE DE VALEUR (IRO-1) ET LEUR INTERACTION AVEC LA STRATÉGIE ET LE MODÈLE ÉCONOMIQUE (SBM-3)

Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités	Politiques et actions de gestion des impacts, risques et opportunités
Respect des droits humains, santé et sécurité	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : atteinte aux droits humains, à la santé et à l'intégrité physique du personnel employé par les fournisseurs	• Risque réglementaire : infraction aux réglementations sur le devoir de vigilance • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques accusées d'infractions aux droits humains chez leurs fournisseurs conduisant à une baisse de chiffre d'affaires	• Dispositif contractuel formalisant les exigences environnementales et sociales du Groupe : Code de conduite fournisseurs et Conditions générales d'achat • Système d'alerte accessible à toute partie prenante externe à l'entreprise • Cartographie des risques pays (corruption et droits humains) • Dispositif de traçabilité des étapes de fabrication • Audits sociaux des fournisseurs

Les activités du groupe SMCP génèrent des relations directes ou indirectes avec des travailleurs tout au long de sa chaîne de valeur. Dans ses sites, le Groupe accueille un nombre limité de prestataires et de personnels intérimaires intervenant dans ses entrepôts en région parisienne ou dans ses sièges dans le cadre de prestations informatiques ou de stylisme. Des prestataires sont, par ailleurs, en charge du stockage et de la logistique des produits en Chine et aux États-Unis. Concernant la distribution des collections, du personnel essentiellement consacré à la vente travaille dans les magasins partenaires du Groupe. La population intervenant dans la logistique est essentiellement masculine et celle impliquée dans la vente est majoritairement féminine à l'instar des personnes travaillant dans les points de ventre exploités en propre par le Groupe.

Toutefois, c'est en amont de sa chaîne de valeur que se concentre la grande majorité des travailleurs liés aux activités du Groupe. Ceux-ci interviennent lors des différentes étapes conduisant à la fabrication des produits commercialisés par les marques de SMCP. C'est à ce niveau de la chaîne de valeur que se concentrent également les enjeux les plus significatifs en matière santé et de sécurité, de respect des conditions de travail et des droits de l'homme.

Les travaux de double matérialité ont mis en évidence, l'exposition supérieure aux risques en lien avec la santé et la sécurité et le respect des droits humains de ces travailleurs amont. De ce fait, la présente partie est consacrée aux mesures mises en place vis-à-vis de cette typologie de travailleurs.

Le groupe SMCP ne dispose pas de ses propres sites de fabrication et l'intégralité des produits vendus par ses marques est réalisée par des fournisseurs spécialisés dans les métiers du textile et du cuir localisés essentiellement dans la zone Euromed[1] et en Asie[2]. Deux modèles de production sont utilisés au sein du Groupe :

- le travail à façon, pour lequel les marques du Groupe achètent directement des tissus et des fournitures auprès de fournisseurs et sous-traitent ensuite la confection à des façonniers. 33 % des produits des collections 2025 ont été réalisés dans ce cadre ;
- l'achat de produits finis auprès de fournisseurs qui se chargent de l'approvisionnement des différents composants du produit. 67 % des produits des collections 2025 sont issus de ce modèle.

Les marques du Groupe entretiennent ainsi des relations contractuelles directes avec des tisseurs, des confectionneurs et des fabricants d'accessoires. Il s'agit essentiellement de petites et moyennes entreprises dont la majorité de la main-d'œuvre est féminine. Le secteur présente des risques sociaux significatifs notamment en matière de travail dissimulé, d'heures de travail excessives, de rémunération en dessous des minimums légaux ou d'atteinte à la liberté d'association avec plusieurs pays importants de production n'ayant pas ratifié les Conventions de l'OIT sur la liberté syndicale et le droit d'organisation et de négociation collective. Les risques d'atteinte à la santé et à la sécurité des travailleurs portent en particulier sur le non-respect des normes incendie et de construction dans les bâtiments. Des critères sociaux (ex. : audits sociaux) et environnementaux (certifications environnementales) sont pris en compte pour sélectionner les fournisseurs du Groupe.

Plus en amont dans la chaîne de production, d'autres types de fournisseurs avec lesquels les marques du Groupe n'ont pas de relations contractuelles interviennent dans la production des matières nécessaires à la fabrication des produits commercialisés. On distingue dans ce périmètre des entreprises intervenant dans la production de matières premières (coton, laine, viscose, polyester, cuir) et d'autres travaillant sur diverses étapes de transformation (filature, tissage, tricotage, teinturerie, tannerie). Si les risques sociaux, santé et sécurité mentionnés ci-dessus s'appliquent également à ces acteurs, d'autres risques spécifiques à ces opérations sont à signaler tels que la manipulation de substances dangereuses pour la santé lors des opérations de teinture et de tannage ainsi qu'un risque de travail forcé et de travail des enfants dans la culture du coton.

Dans l'industrie textile, la nature même des processus de production implique de nombreuses étapes et une multiplicité d'acteurs tout au long de la chaîne de valeur. Cette diversité d'intervenants accroît les impacts et risques potentiels, notamment en matière de respect des droits humains des travailleurs.

(1) Turquie, Maroc, Tunisie, Portugal, Espagne, Italie, France, Royaume-Uni, Bulgarie, Roumanie, Ukraine, Pologne, Serbie.
(2) Chine, Thaïlande, Cambodge, Vietnam, Inde

Cependant, SMCP et ses marques collaborent avec un large panel de fournisseurs, ce qui leur confère une faible dépendance vis-à-vis de chacun d'eux et leur permet d'être agiles dans le remplacement de partenaires en cas de manquements identifiés. De plus, afin de réduire au maximum les risques, le Groupe a mis en place des systèmes de contrôle rigoureux, tels que la traçabilité (voir paragraphe 3.4.3 « Traçabilité ») et le recours à des audits réalisés par des tiers de confiance, qu'il s'efforce de renforcer chaque année pour garantir des pratiques responsables tout au long de la chaîne d'approvisionnement. De plus, comme développé dans le chapitre « 3.1 Informations générales [ESRS 2] » paragraphe « 3.1.3.2 Intérêts et points de vue des parties prenantes (SBM-2) », le Groupe reste attentif aux intérêts de ces parties prenantes *via* l'analyse des rapports d'audit ou la consultation de rapports d'ONG.

POLITIQUES RELATIVES AUX TRAVAILLEURS DE LA CHAÎNE DE VALEUR (S2-1), OBJECTIFS (S2-4), PROCESSUS DE DIALOGUE (S2-2) ET DE REMÉDIATION (S2-3)

Les politiques du groupe SMCP sur le respect des droits sociaux et des droits de l'homme dans sa chaîne de valeur s'appuient en premier lieu sur l'adhésion aux principes édictés dans des textes internationaux de référence tels que la Déclaration universelle des droits de l'homme, les Conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail, le Pacte mondial des Nations unies et les Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales.

Ces principes sont déclinés au niveau opérationnel *via* :

- une gouvernance dédiée ;
- un dispositif contractuel à destination des fournisseurs : Code de conduite fournisseurs et Conditions générales d'achat ;
- un système d'alerte accessible à toute partie prenante externe à l'entreprise ;
- une cartographie des risques pays ;
- un outil de traçabilité et des moyens de contrôle.

La politique de maîtrise des risques sociaux et d'atteinte aux droits de l'homme est définie au niveau Groupe par la Direction RSE en collaboration avec les Directions juridique et de l'audit interne. Un suivi de l'efficacité de cette politique est effectué par le comité RSE au sein du Conseil d'administration. Les lignes directrices édictées au niveau Groupe sont mises en œuvre dans chaque marque par les équipes en charge de la production. Les points de vigilance et les garanties minimales attendues de la part des fournisseurs ont été fixés afin de répondre *a minima* aux intérêts des parties intéressées (conditions de travail décentes, rémunération alignée avec le travail effectué, respect des droits humain). Les procédures mises en place visent à assurer une homogénéité des standards minimums entre les marques et à faciliter le partage d'information et de bonnes pratiques au sein du Groupe. Des comités mensuels entre les équipes RSE et Conformité de SMCP et les Directions production des marques permettent de s'assurer de la bonne compréhension et du respect des consignes diffusées et de faire remonter les nouveaux besoins.

En préalable à toutes relations commerciales, tous les fournisseurs sont tenus de signer un code de conduite reprenant en détail les exigences du Groupe en matière de respect des droits de l'homme et du travail, de lutte contre la corruption et de protection de l'environnement. Les sujets du travail forcé, du travail des enfants, de la discrimination, du harcèlement, de la liberté d'association, de la rémunération, des heures de travail et de la santé et sécurité y font l'objet de points spécifiques. Ce code de conduite est disponible sur le site Internet du Groupe en français, anglais et chinois. Les Conditions générales d'achat annexées à chaque contrat font également référence au Code de conduite fournisseurs et aux principes qui y sont mentionnés. De plus amples détails sont indiqués dans le paragraphe « 3.4.2 Gestion des relations avec les fournisseurs (G1-2) ».

En 2024, le Groupe a ouvert son canal d'alerte éthique aux parties prenantes externes à l'entreprise. Accessible aux fournisseurs et à leurs collaborateurs, l'adresse de la boîte e-mail ethics@smcp.com est mentionnée dans le code de conduite et sur le site web du Groupe. Comme pour les alertes adressées par des collaborateurs, les informations reçues sont examinées et traitées par les membres du Comité éthique (Secrétaire Général, Directrice des ressources humaines, Directrice de l'audit interne) dans le respect de la confidentialité.

Une cartographie des risques pays permet d'évaluer le niveau d'exposition des chaînes d'approvisionnement du Groupe aux risques sociaux et d'atteinte aux droits de l'homme. Cette cartographie est actualisée chaque année sur la base de publications internationales de référence (indice de développement humain, indice de perception de la corruption, etc.). Elle est utilisée par le Groupe pour prioriser l'organisation des audits sur le rang 2.

Afin de vérifier le respect par ses fournisseurs de son code de conduite, le Groupe s'appuie sur des audits sociaux réalisés par des cabinets d'audit spécialisés couvrant les sujets suivants : santé et sécurité, heures de travail, rémunération, protection sociale, travail des enfants, discrimination, harcèlement, liberté d'association, travail forcé, éthique des affaires.

Le Groupe s'est fixé pour objectif, que l'ensemble des fournisseurs de rang 1 avec lesquels ses marques ont collaboré pour la production des collections E25 et H25 soient couverts par un audit social. Cette obligation couvre l'ensemble des fournisseurs avec lequel le Groupe a prévu de continuer à collaborer dans les saisons ultérieures. SMCP a pour objectif de maintenir ce taux à 100 % chaque année. Les audits sont soit diligentés directement par la Direction RSE de SMCP soit réalisés à la demande d'entreprise travaillant avec ces usines, selon des standards reconnus par le Groupe (ICS, BSCI, SMETA, WRAP, WCA et SA 8 000). L'identification de non-conformités conduit à la mise en place de plans d'action correctifs avec les fournisseurs avec des échéances d'amélioration à trois mois, six mois ou un an. La mise en évidence de non-conformités critiques et l'absence d'amélioration peuvent conduire à une rupture des relations commerciales.

La politique de maîtrise des risques sociaux s'appuie également sur une démarche de traçabilité de l'ensemble des étapes de fabrication des produits commercialisés par le Groupe dont le détail est disponible dans le paragraphe « 3.4.3 Traçabilité ».

ACTIONS RELATIVES AUX TRAVAILLEURS DE LA CHAÎNE DE VALEUR (S2-4)

Le Groupe a réalisé en 2024 des mises à jour substantielles de son Code de conduite fournisseurs et de ses Conditions générales d'achat (CGA) pour renforcer et préciser ses exigences en matière de conditions de travail et de respect des droits de l'homme. Les principales évolutions du code de conduite concernaient les heures de travail (rappel des standards OIT à respecter), la rémunération (respect des minimums légaux y compris pour le travail à la pièce, interdiction de retenue sur salaires), la contribution attendue du fournisseur à la démarche de traçabilité des étapes amont de production et la communication du dispositif d'alerte éthique. Concernant les CGA, une annexe RSE spécifique a été intégrée afin de préciser les attentes du Groupe en matière de traçabilité des matières premières utilisées dans la fabrication des produits. Cet ajout vise à inciter les fournisseurs du Groupe à collaborer sur la collecte d'information. Le détail des avancées sur la traçabilité est présenté dans le chapitre « 3.4 Informations sur la conduite des affaires [G1] » dans le paragraphe 3.4.3 « Traçabilité ».

La démarche d'audit social des fournisseurs a poursuivi son développement avec l'adhésion du Groupe et des marques à l'*Initiative for Compliance and Sustainability* (ICS). Cette adhésion permet au Groupe de partager les informations sur ses fournisseurs avec les autres membres, d'optimiser le suivi des non-conformités, et de tirer parti de l'écosystème et des réflexions collectives proposés par le réseau à travers ces différents groupes de travail.

En 2025, SMCP a déployé son programme d'audits sociaux auprès des fournisseurs de tissus auprès desquels les marques s'approvisionnent directement pour les produits à façon (rang 2).

Après analyse des rapports (note, type de non-conformités), les résultats des audits sociaux fournisseurs sont classés entre cinq catégories :

Notation du rapport d'audit	Caractéristiques des non-conformités identifiées	Exemples de non-conformités
Très bonne performance	NA	NA
Bonne performance	Non-conformités mineures	• Procédures non formalisées • Documentation partielle sur la réalisation de formation sécurité
Performance moyenne	Nombre limité de non-conformités importantes	• Non-réalisation d'exercice de sécurité incendie • Dépassement du nombre maximum d'heures supplémentaires
Performance insuffisante	Au moins une non-conformité critique et/ou un nombre important de non-conformités importantes	• Paiement des heures supplémentaires à un taux non majoré • Absence d'issue de secours, d'alarme incendie
Non-conformité entraînant l'arrêt immédiat des collaborations	Au moins une non-conformité classée dans la catégorie « zéro tolérance »	• Refus d'audit, sous-traitance dissimulée • Travail des enfants

Les non-conformités les plus fréquemment rencontrées lors des audits sociaux chez les fournisseurs du Groupe concernent les heures de travail et le respect de certaines normes de sécurité incendie (formation du personnel, marquage des issues de secours, non-réalisation d'exercices d'évacuation, etc.). De façon moins fréquente sont également observées des non-conformités en matière de rémunération, de paiement de certaines cotisations sociales et d'équipements de protection. Selon la nature et le niveau de gravité des non-conformités, des audits de suivi sont organisés dans un délai de six mois, un an ou deux ans afin de vérifier que les actions correctives nécessaires ont été mises en place par le fournisseur et que les non-conformités ont été levées. Si la politique du Groupe consiste à accompagner les fournisseurs pour résoudre les problèmes identifiés lors des audits, des non-conformités importantes conjuguées à la non-disposition du fournisseur à mettre en place un plan d'action correctif peuvent conduire à une rupture des relations commerciales. Enfin, certaines non-conformités jugées d'un niveau de gravité extrême (sous-traitance dissimulée, présentation de faux documents, corruption, travail des enfants, etc.) ou un refus d'audit social peuvent conduire à un arrêt immédiat des relations commerciales. En 2025, quatre fournisseurs ont été déréférencés soit en raison d'un refus de se faire auditer ou de non conformités jugés trop importantes. Aucune alerte éthique concernant les fournisseurs du Groupe n'a été reçue en 2025.

Les marques du Groupe réalisent par ailleurs une analyse des rapports d'audits sociaux des nouveaux fournisseurs lors du référencement. Une performance insuffisante en la matière conduit à un non-référencement du fournisseur. En 2025, aucun cas de non-référencement lié à ce sujet n'a été constaté.

De plus, SMCP a vérifié que ses fournisseurs situés dans des zones à risques fournissaient à leurs employés des services appropriés d'accès à l'eau, d'assainissement et d'hygiène (services WASH).

INDICATEURS LIÉS AUX TRAVAILLEURS DE LA CHAÎNE DE VALEUR (S2-5)

Afin de suivre l'efficacité de sa politique des gestions des impacts et risques liés aux travailleurs de sa chaîne de valeur, le groupe SMCP suit plusieurs indicateurs :

Couverture des audits sociaux

	2024	2025	Objectif annuel
Part de fournisseurs de rang 1 audités socialement*	100 %	100 %	100 %

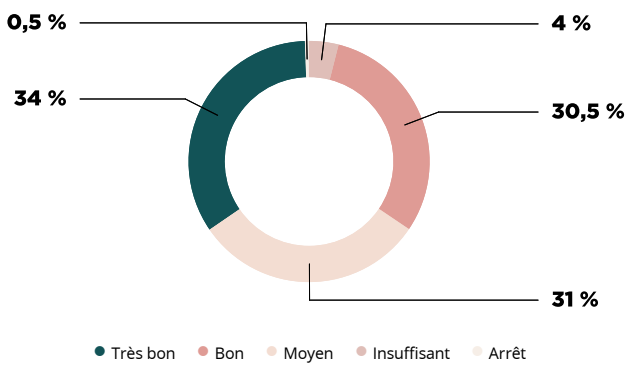
* Cet indicateur est calculé en fonction du nombre d'usines couvertes par des audits valables.

100 % des usines des fournisseurs actifs[1] de rang 1 (confection, assemblage) ayant fabriqué des produits pour les collections été et hiver 2025 des marques du Groupe disposent d'un audit social valide réalisé par un cabinet externe. Les audits sont soit diligentés par le Groupe soit réalisé à la demande d'une autre entreprise selon un des standards suivants : ICS, BSCI, SMETA, WRAP, WCA et SA 8 000. L'objectif est de maintenir ce taux à 100 % chaque année.

Pour qu'un audit social soit considéré comme valide, il doit couvrir la période de production et faire partie de la liste des standards reconnus par le Groupe.

En parallèle du taux de couverture, le Groupe suit également la répartition des audits par niveau :

Résultats des audits sociaux de rang 1



64,5 % des audits sociaux ont un résultat qualifié de « bon » ou de « très bon » avec une absence de non-conformités importantes.

30,5 % se traduisent par une performance moyenne nécessitant la mise en place d'un plan d'action correctif. 4 % ont un résultat jugé insuffisant avec des non-conformités importantes dont la résolution doit faire l'objet d'un audit de suivi à six mois ou un an. Enfin, quatre usines, ont été déréférencées : trois sur le rang 1 et un fournisseur de tissus pour les produits à façon (rang 2).

Volontairement, aucun objectif n'a été fixé sur cet indicateur, car l'objectif premier reste l'identification des non-conformités.

Lorsqu'une usine est couverte par plusieurs audits valides, la note la plus basse est retenue pour le calcul de cet indicateur.

(1) 271 fournisseurs de rang 1

3.3.3 Consommateurs [S4]

IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS MATÉRIELS LIÉS AUX CONSOMMATEURS (IRO-1) ET LEUR INTERACTION AVEC LA STRATÉGIE ET LE MODÈLE ÉCONOMIQUE (SBM-3)

Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités	Politiques et actions de gestion des impacts, risques et opportunités
Marketing responsable	Chaîne de valeur aval	• Impact négatif : promotion de produits ou de pratiques causant des atteintes à l'environnement ou aux droits humains	• Risque réglementaire : infraction aux réglementations sur les allégations trompeuses ou erronées • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques accusées de pratiques marketing non responsables (*greenwashing*, allégations mensongères, communication stigmatisante, etc.) conduisant à une baisse de chiffre d'affaires	• Contrôle des allégations dans la communication • Sensibilisation des clients aux caractéristiques environnementales des produits, transparence sur les étapes de fabrication des produits • Sensibilisation des clients aux causes sociétales défendues par les marques • Enquête de satisfaction clients, formation des équipes de vente
Protection de la vie privée	Chaîne de valeur aval	• Impact négatif : atteinte à la vie privée pouvant conduire les clients à être victime d'actions malveillantes en cas de fuites de données personnelles	• Risque réglementaire : infraction aux réglementations sur la protection des données personnelles en cas de fuite de données personnelles • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques ne sécurisant pas leurs données personnelles conduisant à une baisse de chiffre d'affaires	• Système de management de la sécurité de l'information (SMSI) campagne d'évaluation du SMSI (tests, audit) • Conformité avec le règlement RGPD et Comité données personnelles • Formation *e-learning* obligatoire et sensibilisation des collaborateurs
Santé et sécurité en lien avec l'utilisation des produits	Chaîne de valeur aval	• Impact négatif : atteinte à la santé ou la sécurité des clients liée à l'utilisation de produits ne respectant pas les normes en la matière (ex. : substances chimiques)	Non matériel	• Cahier des charges fournisseurs et tests sur la sécurité des produits

Dans leur ensemble, les marques du groupe SMCP ciblent une clientèle exigeante, urbaine, moderne et en quête de sophistication. Elles se distinguent par leur capacité à offrir des vêtements et des accessoires qui mêlent élégance, créativité et confort, selon leur propre style, mais toujours avec un sens aigu de la mode. Le Groupe ne propose pas de produits à destination des enfants. Le détail sur les cibles de chacune des marques est disponible dans le chapitre 1,paragraphe 1.2.1 « Les marques et produits du Groupe ».

Comme expliqué dans le paragraphe 1.3.2 « Intérêts et points de vue des parties prenantes (SBM-2) », les clients constituent une partie prenante centrale dans la stratégie du Groupe. Leur satisfaction et la réponse à leurs attentes sont intimement liées aux résultats financiers de SMCP et de ses marques. La satisfaction des clients passe en premier lieu par la proposition d'un haut niveau de services en boutiques et en ligne aussi bien lors de la vente qu'après celle-ci.

L'instauration d'une relation de confiance entre les marques et leurs clients est aussi une condition indispensable à la pérennité et au développement de leur activité. Pour mériter cette confiance, SMCP se doit de garantir l'innocuité des produits mis sur le marché, la protection des données personnelles de ses clients et de communiquer loyalement sur les caractéristiques environnementales ou sociales des produits. Des réglementations de plus en plus exigeantes encadrent ces sujets mettant le Groupe à risque en cas de non-conformité. Des manquements en la matière pourraient également porter atteinte à l'image et la réputation des marques et se traduire par une baisse de chiffre d'affaires.

POLITIQUES (S4-1) ET OBJECTIF (S4-5) RELATIFS AUX CONSOMMATEURS

Le Groupe ne dispose pas d'objectifs propres à chaque thématique développée dans cette partie. Le taux de satisfaction des clients mesuré à travers le *Net Promoter Score* (NPS) a été sélectionné comme l'indicateur traduisant le mieux l'efficacité des politiques mises en œuvre. L'objectif d'atteindre le score de 75/100 en 2025 a été atteint.

Expérience client

L'expertise des collaborateurs constitue la clé de voûte d'une expérience client personnalisé. Les collaborateurs en magasin sont formés pour chaque nouvelle collection et leur connaissance approfondie des produits leur permet de fournir des réponses précises et pertinentes aux demandes des clients. Avec en général une seule taille par produit disponible sur cintre, SMCP privilégie le conseil personnalisé au self-service, offrant une expérience d'achat proche de celle du secteur du luxe. Au sein de chaque marque, des personnes dédiées ont la charge d'animer ce sujet d'expérience client. Chaque lancement de collection est l'occasion de former à nouveau les conseillers aux différents cérémoniaux, chaque marque ayant la responsabilité du contenu de sa formation, du format et des informations qu'elles souhaitent relayer. De plus, afin de répondre aux attentes des consommateurs, les concepts de magasins font l'objet d'évolutions et d'adaptations constantes dans l'optique d'offrir une expérience cliente toujours plus qualitative (voir chapitre 1, paragraphe « 1.2.8 Une expérience client unique en magasin »).

Santé et sécurité des produits

Les marques du Groupe s'appuient sur un dispositif complet d'audits et de contrôles afin de pouvoir commercialiser des produits conformes aux normes et réglementations en vigueur en matière de santé, sécurité et qualité. Concernant les produits réalisés à façon, les composants sont tous approvisionnés par les marques. Pour les produits finis, les composants sont prescrits par les marques et achetés par les fournisseurs. Des standards communs aux marques sont annexés à leurs conditions générales de vente (CGV) et stipulent notamment que :

- les produits doivent répondre aux exigences réglementaires chimiques du règlement 2006/1907/CE du 18 décembre 2006 dit « REACH » (colorants azoïques, hydrocarbures aromatiques polycycliques, etc.) et du règlement POP (règlement UE 2019/1021 du 20 juin 2019) sur les polluants organiques persistants, du règlement sur les biocides (règlement UE n° 528/2012), et à toutes celles concernant les matières d'origine animale ;
- les produits doivent aussi répondre aux exigences des réglementations européennes, chinoises et américaines en matière de qualité ;
- des tests qualité doivent être obligatoirement réalisés par des laboratoires accrédités.

Des inspections finales, réalisées par des prestataires indépendants, sont également demandées avant l'expédition des produits. Le choix des modèles à inspecter se fait sur la base des quantités commandées, de la complexité des produits, des éventuels retours clients et des résultats des inspections de la saison précédente.

Protection des données personnelles

L'ensemble des informations collectées par le Groupe et ses marques auprès des clients est géré en conformité avec le règlement RGPD (règlement général sur la protection des données). Pour plus de détails, voir chapitre 1, paragraphe 1.2.4.3 « CRM et proximité client », paragraphe 1.7.3 « Réglementation relative à la protection des données personnels » et chapitre 2, paragraphe 2.1.1 « Cyberattaques et défaillance des systèmes informations ».

Marketing et communication

En conformité avec la loi Anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC, février 2020), le Groupe s'engage à rendre accessibles les informations sur la traçabilité des produits *via* son site Internet et les étiquettes des produits. Les informations communiquées aux clients vont au-delà de ce qui est fixé par le cadre réglementaire français (traçabilité des produits de maroquinerie, de toutes les étapes de fabrication au-delà du tissage et des matières secondaires). Par ailleurs, l'ensemble des allégations commerciales et environnementales sont validées par la Responsable affaires réglementaires et conformité Groupe, qui a la charge de la veille réglementaire, de la formation des équipes communication et marketing et de s'assurer que les informations publiées par les marques sont justes, et non trompeuses pour le consommateur. Pour ce faire, un guide des bonnes pratiques de communication est partagé à l'ensemble des marques et est mis à jour au fil des modifications réglementaires. Un contrôle annuel des allégations publiées sur les sites des marques est également réalisé, à la suite duquel des plans d'action correctifs sont, si nécessaire, mis en place. Les bonnes pratiques et erreurs à corriger sont partagées à l'ensemble des marques.

Les clients sont sensibilisés aux impacts environnementaux de la mode *via* la mise en évidence des produits mieux disant sur le plan environnemental. Les produits contenant plus de 50 % de matière certifiée sont identifiables avec des informations sur les étiquettes ou les fiches Internet précisant la nature des impacts environnementaux réduits par rapport à une matière non certifiée (non-recours aux pesticides pour le coton biologique, préservation de ressources naturelles pour les matières recyclées, etc.). Ces informations sont également relayées aux vendeurs dans le cadre des supports de formation réalisés pour chaque collection. En complément, les marques Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac ont développé des guides d'entretien diffusés aux clients afin de préserver dans le temps la qualité des produits.

Comme mentionné dans la section « dialogue partie prenante », en 2025, une enquête client a été menée auprès des clients de chacune des marques afin d'évaluer la perception de leur engagement en matière de RSE et d'identifier les attentes spécifiques des consommateurs. Les résultats de cette enquête ont mis en évidence des sujets RSE prioritaires pour les clients tels que le recours à des matières certifiées, la durabilité des produits, l'utilisation de matières naturelles et la localisation géographique des fournisseurs. Cette enquête sera renouvelée régulièrement afin de mettre à jour les résultats, à la fois au regard de l'évolution des pratiques des marques et de celle des attentes des clients.

PROCESSUS DE DIALOGUE AVEC LES CONSOMMATEURS ET PROCÉDURES VISANT À REMÉDIER AUX IMPACTS NÉGATIFS ET CANAUX PERMETTANT AUX CONSOMMATEURS DE FAIRE PART DE LEURS PRÉOCCUPATIONS (S4-2 ET S4-3)

Les équipes marketing et digital de chaque marque sont en charge des opérations de communication et de marketing digital auprès de leurs clients. Le Groupe a déployé des outils de gestion de la relation client (CRM – *Customer Relationship Management*) permettant ainsi aux marques de lancer des campagnes de communication ciblées et personnalisées. Les marques sont vigilantes à la pression marketing ; la majorité des envois est concentrée sur les clients les plus actifs et la fréquence est adaptée à la fidélité des clients. Les clients les plus actifs sont aussi récompensés par des offres privilégiées.

Afin de répondre au mieux aux attentes des clients, les marques du Groupe réalisent au besoin des études marketing. Sandro, Maje et Claudie Pierlot suivent de manière hebdomadaire plusieurs indicateurs de satisfaction *Net Promoter Score*, liés à un événement clé du parcours client (achat en ligne, visite en boutique, contact avec le service client, livraison), ils permettent aux marques d'identifier des points de dysfonctionnement et de mettre en place des actions correctives rapidement. Le *Net Promoter Score* est un ratio allant de - 100 à 100 qui mesure la propension des personnes sondées à recommander le service utilisé à d'autres personnes.

De plus, afin de garantir une expérience haut de gamme à ses clients lors d'achat en ligne, le Groupe a mis en place un système de conseillers digitaux. Ces stylistes ont pour but d'accompagner les clients dans leur shopping et de leur prodiguer des conseils mode sans pousser à l'achat. Le Groupe déploie actuellement une application de *clienteling* qui permettra aux magasins de communiquer directement avec leurs clients pour leur proposer des offres et des services personnalisés, tels que l'envoi de recommandations produit ou la prise de rendez-vous pour des sessions d'essayage.

Enfin puisque la relation avec les clients ne s'arrête pas à l'acte d'achat, les marques du Groupe ont mis en place des process de service après-vente avec des formulaires de contact accessibles en ligne, un numéro d'appel ouvert 6 jours sur 7 et le lancement en 2024 d'un numéro d'échange WhatsApp. Les marques s'engagent à répondre aux demandes clients dans les plus brefs délais avec l'objectif de ne pas dépasser le délai d'une journée. Les marques suivent quotidiennement les résultats du NPS post-contact service-client afin d'identifier tous les irritants. Depuis 2024, le processus de gestion des plaintes a été mis-à-jours afin de mieux affecter les tickets et d'optimiser à la fois le temps et la qualité de la réponse faite aux clients. Un travail de cartographie entre les problématiques remontées par les clients et les compétences nécessaires pour traiter ces demandes a été réalisé afin que les tickets soient attribués de façon automatique aux personnes les plus compétentes pour les traiter. En cas de réclamations avérées, le Groupe et ses marques mettent en place les actions de remédiations adaptées telles que garanties par les conditions générales de vente. De plus le dispositif d'alerte tel que présenté dans le paragraphe 3.4 « Informations sur la conduite des affaires (G1) » est aussi accessible aux consommateurs. En cas d'incidents ou d'impacts négatifs avérés des actions de remédiation adéquates seraient mises en place. À ce jour, aucun incident n'a été recensé.

ACTIONS ET RESSOURCES LIÉES AUX IMPACTS MATÉRIELS SUR LES CONSOMMATEURS (S4-4)

Former les collaborateurs pour assurer une expérience client personnalisée et *premium*

Comme expliqué dans le paragraphe « Développement des talents et gestion des compétences des collaborateurs (S1-13) », la population *retail* est au cœur de la politique de formation du Groupe afin d'assurer que l'ensemble des équipes sur le terrain soient ambassadrices de l'ADN et des valeurs des marques. À titre d'exemple, chez Sandro, à travers le programme « Sandro expérience », les conseillers sont formés aussi bien au cérémonial de vente de la marque qu'à la façon de l'adapter aux spécificités et aux besoins du client. Ce programme de formation couvre à la fois l'accueil en magasin, les collections, les produits, leur composition, leur association, leur dimension environnementale ainsi que la formulation de conseils stylistiques.

Claudie Pierlot a mis à disposition des collaborateurs du *retail*, une carte synthétique reprenant les essentiels du parcours clients. Elle permet à chacun de s'auto-évaluer vis-à-vis des attentes de la marque en termes de savoir-être et savoir-faire et de rappeler les modules *e-learning* qui sont à disposition des équipes.

Afin de valoriser les savoir-faire des marques, des formations sur des spécificités techniques sont aussi mises en place. Par exemple, chez Sandro Homme et Fursac, une formation dédiée à l'art sartorial, aussi appelé « art tailleur », est délivrée aux équipes terrain. Elle couvre différents sujets tels que : les coupes de costume à privilégier en fonction de la morphologie du client, les différentes matières, l'art de porter le costume ou encore comment prendre soin d'un costume.

Faciliter l'accès à une information juste et transparente sur les produits et leurs processus de fabrication

Depuis 2022, SMCP travaille avec un partenaire externe pour accroître la traçabilité de ses produits et communiquer auprès des clients les informations obtenues. *Via* un QR code présent sur l'étiquette des produits et au niveau de la fiche produit sur Internet, les clients peuvent suivre les différentes étapes de fabrication et connaître les certifications sociales et environnementales des fournisseurs. Au-delà de la transparence, la traçabilité permet de mieux connaître les impacts sociaux et environnementaux et de mettre en œuvre des politiques adaptées. Plus de détails sont disponibles dans le paragraphe 3.4.3 « Traçabilité ».

Par ailleurs, la Direction RSE du Groupe a participé en 2024 et en 2025 aux différentes concertations organisées par les pouvoirs publics pour déployer en France un affichage environnemental officiel sur les produits textiles. Cette initiative vise à fournir aux consommateurs une information homogène et normée permettant de comparer l'impact environnemental de différents produits.

Sensibiliser les clients aux impacts environnementaux des produits et aux engagements des marques

La communication autour des produits et de leurs impacts est au cœur de la stratégie des marques ; elle a été pensée afin d'être lisible et omnicanale.

En magasin, afin qu'elles puissent diffuser les messages des marques auprès des clients, les équipes *retail* sont formées tout au long de l'année sur les thématiques RSE. Chaque marque a ainsi intégré, au sein des formations accompagnant le lancement des nouvelles collections, des modules spécifiquement dédiés aux produits à plus faible impact environnemental, afin de permettre aux équipes de vente de mieux en valoriser les caractéristiques auprès des clients.

En complément des guides d'entretien et des conseils prodigués par les vendeurs, chez Maje et Sandro, pour l'achat de certaines pièces, des produits d'entretien éco-labellisés sont offerts aux clients afin qu'ils puissent en prendre soin.

La poursuite du déploiement de services en faveur de l'économie circulaire (seconde main, réparation) reste une occasion pour les marques de rappeler les intérêts environnementaux derrière la mise en œuvre de ces actions. Chez Maje, l'année 2024 a été marquée par le déploiement et la structuration de services favorisant l'allongement de la durée de vie des produits. Le service de réparation a été étendu et est désormais disponible dans plus de 30 boutiques en France, en partenariat avec deux ateliers situés en France. En parallèle, la marque a renforcé son offre de seconde main à travers l'organisation de trois pop-up dédiés, proposant une sélection de pièces issues d'anciennes collections, certifiées et contrôlées à découvrir dans des espaces éphémères. Ces initiatives visent à renforcer l'engagement de la marque tout en allant à la rencontre des clientes, en complément de l'extension du nombre de boutiques proposant la reprise de vêtements.

Chez Sandro, la mise en avant de l'économie circulaire s'est poursuivie en 2024, la marque a célébré les quatre ans de son service de seconde-main, désormais disponible dans huit pays européens. Aujourd'hui le programme de reprise en boutique est accessible dans plus de 50 boutiques en France, en Allemagne, en Espagne et aux Pays-Bas et depuis 2021, plus de 55 000 pièces ont connu une seconde grâce au modèle de reprise-revente mis en place par la marque. En France, afin de faire découvrir ce service à de nouveaux clients et d'affirmer son positionnement en tant qu'acteur de la seconde-main, la marque a notamment organisé une vente de pièces de seconde main via une marketplace partenaire à fort positionnement RSE. Sandro a aussi poursuivi le déploiement de son service de réparation.

En ligne, en plus des éléments disponibles sur les fiches produits, des informations spécifiques sur les articles à plus faible impact environnemental sont partagées aux clients à des fins de sensibilisation. Par exemple, chez Sandro, après l'achat d'un produit composé de matières certifiées (coton biologique, matière recyclée, etc.), une *newsletter* dédiée est envoyée au client afin de l'informer de cette dimension et de lui présenter les engagements de la marque.

Parallèlement, Sandro a continué d'associer ses clients à ses engagements sociétaux à travers plusieurs initiatives. Aux États-Unis, la marque a renouvelé son soutien à la Fashion Scholarship Fund via le programme Sandro x FSF Scholarship Program, destiné à accompagner et à former la prochaine génération de femmes leaders dans l'industrie de la mode. Une partie des ventes réalisées lors de Thanksgiving a ainsi été reversée à l'association. En Europe, à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine, Sandro a également réaffirmé son engagement en faveur de la culture et de l'artisanat en soutenant Maison Mode Méditerranée : pour chaque article vendu sur cette période, un euro a été reversé afin de financer des résidences créatives et des projets favorisant l'égalité des genres, l'inclusion et l'engagement environnemental.

En 2025, Claudie Pierlot, dans le cadre de l'obtention de la certification B Corp avec un score de 96,7 points, a revue l'ensemble du contenu RSE de son site internet et mis en place des affichages en boutique pour informer ses clients de cette certification. Afin de rendre visibles les résultats ayant conduit à l'obtention de la certification, la marque a également publié son premier rapport RSE. La marque Sandro, quant à elle, a publié une infographie présentant ses résultats 2025 sur l'ensemble des sujets ESG, offrant ainsi une visibilité claire et synthétique de ses performances RSE.

INDICATEURS LIÉS AUX CONSOMMATEURS

NPS PONDÉRÉ GROUPE

	2024	2025	OBJECTIF 2025
NPS pondéré Groupe	73/100	77/100	75/100

À la fin de l'année 2025, le NPS agrégé des marques Sandro (périmètre Europe), Maje et Claudie Pierlot (périmètre France) du Groupe était de 77/100, dépassant l'objectif fixé et reflétant un taux de satisfaction important. Le NPS agrégé prend en compte trois indicateurs : les NPS post-contact avec le service client, post-achat en boutique et post-achat digital.

Précisions méthodologiques

Le *Net Promoter Score* (NPS) pondéré du Groupe est calculé comme suit :

- le NPS pondéré de chaque marque est calculé en réalisant la moyenne pondérée par répondants des NPS post-contact avec le service client, post-achat en boutique, post-achat digital ;
- ces résultats sont ensuite consolidés dans une moyenne pondérée en fonction du poids total de répondants de chaque marque dans le total de répondants.

3.4 Informations sur la conduite des affaires

La manière dont le Groupe exerce ses métiers sur le plan éthique, social, environnemental et sociétal est essentielle à sa réussite, sa pérennité, et source de création de valeur. Cette exigence s'applique au quotidien dans la conduite des activités, le comportement attendu des collaborateurs, mais aussi les relations avec les fournisseurs, partenaires et parties prenantes. Le Groupe vise à agir dans le respect des principes de la Déclaration universelle des droits de l'Homme et de la Convention européenne des droits de l'Homme, du Pacte mondial des Nations unies, des principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales, de la convention des Nations unies sur les droits de l'enfant, des principes d'autonomisation des femmes des Nations unies et des recommandations de l'Organisation internationale du travail (OIT). Sur ces fondements, le Groupe a développé une politique responsable globale concernant notamment l'éthique, le respect des droits humains, la lutte contre les discriminations et contre la corruption et le trafic d'influence, qui sont des valeurs clés et une préoccupation majeure pour SMCP.

Dans ce cadre, le Groupe a mis en œuvre tout un dispositif afin de s'assurer du respect de ses valeurs et de se conformer aux lois internationales et nationales, telles que la loi Sapin II et les lois équivalentes dans les autres pays. Ce dispositif de mise en conformité comprend en particulier :

- la création d'un Comité éthique (voir le chapitre 2, paragraphe 2.5 « Le dispositif de gestion des risques ») ;
- la réalisation d'une cartographie des risques de corruption permettant d'identifier les risques d'exposition du Groupe à la corruption et de prioriser les plans d'action (voir le chapitre 2, paragraphe 2.1.4 « Risques financiers ») ;
- la mise en place d'une Charte éthique et de différentes politiques qui en découlent (voir le chapitre 1, paragraphe 2.5 « Le dispositif de gestion des risques ») ;
- le déploiement d'un Code de conduite fournisseurs (voir le chapitre 1, paragraphe 2.5 « Le dispositif de gestion des risques »).

IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS MATÉRIELS LIÉS À LA CONDUITE DES AFFAIRES (IRO-1)

Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités	Politiques et actions de gestion des impacts, risques et opportunités
Éthique des affaires	Chaîne de valeur amont et opérations propres	• Impact négatif : atteinte à l'état de droit et développement des inégalités en raison de pratiques de corruption	• Risque réglementaire : infraction aux réglementations de lutte contre la corruption	• Mise en place d'une Charte Éthique, d'une politique de prévention de la corruption et des conflits d'intérêts, d'une Politique cadeaux et d'un Code de conduite fournisseurs, d'un dispositif d'alerte et de formations des équipes les plus exposées
Relations avec les fournisseurs et sous-traitants	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : difficultés économiques chez les fournisseurs et sous-traitants en cas de pratiques abusives de la part du Groupe	• Risque opérationnel : augmentation des coûts en cas d'évolution du parc de fournisseurs stratégiques (détérioration des relations, difficultés ou nouveau sourcing)	• Code de conduite fournisseurs, mise en place de conditions générales d'achat, évaluation des fournisseurs, formation des collaborateurs
Cybersécurité et protection des données personnelles	Opérations propres et chaîne de valeur aval	• Impact négatif : atteinte à la vie privée pouvant conduire à être victime d'actions malveillantes en cas de fuites de données personnelles sur les clients ou les collaborateurs	• Risques opérationnels : perturbations des systèmes d'information en cas de cyberattaques conduisant à des coûts additionnels pour rétablir une situation normale et une baisse de chiffre d'affaires en cas d'impacts sur les systèmes de commandes ou d'encaissement • Risque réglementaire : infraction aux réglementations sur la protection des données personnelles • Risque réputationnel : désaffection des clients pour des marques ne sécurisant pas leurs données personnelles conduisant à une baisse de chiffre d'affaires	• Système de management de la sécurité de l'information « SMSI », programmes de sensibilisation et de formation des collaborateurs aux risques informatiques, tests de sécurité des réseaux et applications, signature d'un plan d'assurance sécurité (PAS) obligatoire pour tous les contrats

Enjeux ESG matériels	Périmètre concerné	Impacts	Risques/opportunités	Politiques et actions de gestion des impacts, risques et opportunités
Bien-être animal	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : souffrance animale lors de l'élevage ou de l'abattage en lien avec des matières utilisées dans les collections du Groupe (laine, cuir)	Non matériel	• Interdiction de nombreuses matières animales (fourrures, plumes, duvets, cuir issu d'espèces exotiques) • Recours à la certification RWS pour la laine
Traçabilité	Chaîne de valeur amont	• Impact négatif : dommages causés à l'environnement et/ou atteinte aux droits humains par les fournisseurs directs et indirects du Groupe en lien avec un manque de connaissance des acteurs impliqués dans les différentes étapes de fabrication des produits	• Risque réglementaire : incapacité à se conformer à des réglementations nécessitant de connaître l'ensemble des étapes de fabrication des produits (ex. : déforestation, devoir de vigilance, loi AGEC)	• Déploiement dans toutes les marques d'un outil de traçabilité visant à cartographier l'ensemble des étapes de fabrication jusqu'à la matière première

L'analyse des impacts, risques et opportunités en matière de conduite des affaires a été réalisée sur la base de consultations d'études d'ONG (ex. : indice de perception de la corruption dans le monde de *Transparency International*), d'une revue réglementaire (règlement général de protection des données, loi Sapin 2, etc.) et d'ateliers de travail avec des experts internes (audit interne, juristes, DSI).

L'environnement réglementaire français et européen, la localisation géographique des fournisseurs du Groupe, la quantité et la nature des informations personnelles détenues par celui-ci ont constitué des éléments clés pour la cotation des impacts et des risques (aucune opportunité n'a été identifiée).

Les impacts négatifs potentiels liés à l'activité du Groupe, sans tenir compte des mesures mises en place pour y remédier, concernent les conséquences négatives pour les populations de pratiques de corruption ou de fuites de données personnelles. L'utilisation par le Groupe de matières d'origine animale (laine et cuir) pose également des enjeux de respect du bien-être animal. Des risques de sanctions financières en cas d'infractions à des réglementations (corruption, RGPD), de perturbations opérationnelles en lien avec des sujets de cybersécurité et de perte de chiffre d'affaires en cas de fuite de données personnelles de clients ont aussi été identifiés.

En complément, le sujet de la traçabilité des chaînes d'approvisionnement, qui n'est pas explicitement cité dans les ESRS, a été évalué comme matériel tant au niveau des impacts que des risques. La traçabilité est en effet perçue par le Groupe comme un préalable indispensable à toute démarche visant à connaître et réduire les impacts environnementaux et sociaux liés à la fabrication de ses produits et à répondre de façon adaptée à de nombreuses réglementations (déforestation, devoir de vigilance, etc.).

3.4.1 Culture d'entreprise et politiques en matière de conduite des affaires (G1-1) et prévention et détection de la corruption et des pots-de-vin (G1-3)

POLITIQUES EN MATIÈRE DE CONDUITE DES AFFAIRES (G1-1) ET PRÉVENTION ET DÉTECTION DE LA CORRUPTION ET DES POTS-DE-VIN (G1-3)

Afin de garantir une conduite des affaires éthique et responsable, le Groupe a adopté, sur proposition de son Comité éthique, des principes clairs et des règles à suivre par ses collaborateurs ainsi que toutes les parties prenantes engagées dans l'action du Groupe.

Une cartographie des risques de corruption a été réalisée sous la supervision du Comité éthique. Les risques de corruption et de trafic d'influence associés à ces situations potentielles de corruption ont été identifiés et hiérarchisés dans une cartographie des risques dont le résultat et les plans d'action ont été présentés à la Direction Générale ainsi qu'au Comité d'audit du Conseil d'administration en juillet 2022. Dans le cadre de la mise à jour de sa cartographie des risques de corruption entamée en 2025, le Groupe prévoit d'identifier, de mettre à jour, d'évaluer et de hiérarchiser les risques de corruption auxquels il est exposé. Cet exercice est réalisé avec les instances dirigeantes du Groupe et l'ensemble des personnes identifiées comme étant le plus exposé aux risques de corruption.

Les principes structurants des politiques du Groupe en matière de conduite des affaires et prévention et détection de la corruption et des pots-de-vin figurent dans les documents suivants, qui sont disponibles en français, en anglais et en chinois :

- une Charte éthique à destination des collaborateurs pour leur donner un cadre dans l'exercice de leur fonction, comprenant notamment des informations concernant la lutte contre la fraude (prévention de la corruption et du trafic d'influence, gestion des conflits d'intérêts et prévention des risques liés au blanchiment), la prévention des délits d'initiés, la lutte contre toute forme de discrimination, la responsabilité sociale et environnementale et le dispositif d'alerte professionnel ;
- une Politique pour la prévention de la corruption et des conflits d'intérêts, qui définit et illustre les différents types de comportements à proscrire comme étant susceptibles de caractériser des faits de corruption ou de trafic d'influence, encadre les dons et activités de mécénat et dessine les contours de la Politique cadeaux et invitations du Groupe ;
- une Politique cadeaux et invitations qui illustre plus en détail les règles applicables en la matière et fournit la procédure applicable pour déclarer ceux-ci dans le registre suivi par le Comité éthique ;
- une politique d'alerte interne pour encadrer les signalements reçus et protéger les lanceurs d'alerte, détaillée ci-après dans le paragraphe « Actions et ressources liées aux sujets de conduite des affaires et prévention et détection de la corruption et des pots-de-vin » ;
- un Code de conduite fournisseurs, qui reprend les valeurs fondamentales du Groupe en termes d'éthique, de responsabilité sociale, sociétale et de protection de l'environnement, afin de s'assurer que les fournisseurs et leurs sous-traitants partagent les principes d'exemplarité (voir le chapitre 2, paragraphe 2.5 « Le dispositif de gestion des risques »). Tous les fournisseurs de rang 1 du Groupe doivent signer le Code de conduite fournisseurs, ou démontrer qu'ils ont des engagements au moins équivalents.

Ces documents sont revus par le Comité éthique dès lors que la cartographie des risques de corruption évolue. Les autres documents sont communiqués à l'ensemble des collaborateurs monde qu'ils soient en entrepôt, dans un siège ou en boutique, ainsi qu'aux nouveaux entrants dès leur arrivée au sein du Groupe, et sont disponibles sur l'intranet SMCP commun à toutes les entités. Hormis la Politique cadeaux et invitations, disponible en interne uniquement, l'ensemble des politiques éthiques ci-dessus sont également disponibles sur le site Internet du Groupe à la page https://www.smcp.com/fr/homepage/rse/documents-ethique-rse/.
La direction de chaque marque est sensibilisée sur l'importance d'adopter ce socle commun et de faire de ses principes une réalité pour chacun de ses collaborateurs.

Le non-respect des règles et des principes énoncés dans les politiques éthiques du Groupe constitue un manquement grave et peut entraîner, selon les circonstances, des mesures disciplinaires, des sanctions pouvant aller jusqu'à la résiliation du contrat (de travail pour un collaborateur ou commercial pour un fournisseur) conformément aux dispositions de la politique concernée, du règlement intérieur du Groupe (ou de tout document équivalent), ou des lois et règlements applicables. Dès qu'une alerte est réceptionnée, elle est analysée afin de déterminer si elle va effectivement à l'encontre des règles et principes éthiques du Groupe. Si une alerte est avérée, le Comité éthique démarre une phase d'investigation. À la fin de celle-ci, il détermine les mesures à prendre en fonction du manquement.

Le groupe SMCP interdit toute prise de position politique au nom de l'entreprise et ne réalise aucune dépense de lobbying (G1-5).

Prévenir le risque de corruption

Le Groupe attache une grande importance aux valeurs d'intégrité, d'honnêteté et de loyauté et au respect d'une saine concurrence dans le cadre du développement de ses activités. SMCP et ses marques adoptent en particulier une politique de tolérance zéro pour toute forme de corruption ou de trafic d'influence tant au sein du Groupe qu'à travers les actes de ses fournisseurs, partenaires, ou plus généralement de toute partie prenante.

La Politique pour la prévention de la corruption et des conflits d'intérêts définit et illustre les différents types de comportements à proscrire comme étant susceptibles de caractériser des faits de corruption ou de trafic d'influence. Elle a été mise en place pour permettre notamment aux collaborateurs de se familiariser avec les principes de bases de la législation anti-corruption et de s'approprier les démarches nécessaires et les comportements à adopter pour les respecter. Elle comporte notamment une explication de ce qu'est un acte de corruption ou une situation de conflit d'intérêts, des exemples de situations à risque susceptibles d'être constitutives d'un acte de corruption ou d'un conflit d'intérêts, des recommandations sur la gestion de ces situations à risques et sur les bonnes pratiques qu'il convient d'adopter et la description du dispositif d'alerte professionnelle qui peut être utilisé afin de signaler des faits identifiés comme étant en infraction avec le contenu de la Politique. Le Groupe s'est engagé à promouvoir les principes énoncés dans cette Politique dans le cadre de ses relations avec ses fournisseurs directs et indirects qui doivent s'y conformer ou appliquer des standards professionnels et éthiques au moins équivalents à ceux-ci.

Cybersécurité et données personnelles

Les éléments en lien avec la cybersécurité et la protection des données sont présentés dans le chapitre 2, paragraphe 2.1.1 « Risques liés aux opérations du Groupe ».

Respect du bien-être animal et protection des espèces menacées

Le Groupe et ses marques s'engagent en faveur du bien-être animal depuis plusieurs saisons : les quatre marques ont arrêté l'utilisation de la fourrure depuis 2020 et de plumes et duvet animal depuis 2023.

SMCP augmente chaque année le recours à une laine garantissant des pratiques d'élevage respectueuses du bien-être animal (certifications *Responsible Wool Standard*, biologique, recyclé). La part de laine certifiée a atteint 78 % en 2025. Par ailleurs, aucune marque du Groupe n'utilise de cuir issu d'animaux exotiques (python, serpent d'eau, crocodile, etc.) et ne réalise de test sur les animaux (pratique peu répandue dans le secteur textile). Cet engagement est également partagé auprès des fournisseurs, notamment *via* le Code de conduite fournisseurs et les Conditions générales d'achat.

Le groupe SMCP attend de tous ses fournisseurs qu'ils appliquent les meilleures pratiques en matière de bien-être animal et qu'ils se conforment aux réglementations en vigueur sur le sujet. Cet engagement s'applique à l'ensemble des étapes de fabrication pouvant être concerné par le sujet du bien-être animal : élevage, soin, transport, abattoir.

Le Groupe a d'ailleurs formalisé ses engagements en matière de bien-être animal dans une politique dédiée accessible sur son site internet. Cette politique s'applique à l'ensemble des fournisseurs du Groupe.

ACTIONS ET RESSOURCES LIÉES AUX SUJETS DE CONDUITE DES AFFAIRES ET PRÉVENTION ET DÉTECTION DE LA CORRUPTION ET DES POTS-DE-VIN

Cartographie des risques de corruption et renforcement des dispositifs de contrôle interne

Une mise à jour de la cartographie des risques de corruption (voir le chapitre 2, paragraphe 2.1.4 « Risques financiers ») est en cours.

En outre, la Direction de l'audit et du contrôle interne veille au bon respect des contrôles clés et des procédures de gestion avec notamment, le référentiel du Contrôle interne « Internal Control Essentials », voir chapitre 2, paragraphe « 2.3 Contrôle interne et gestion des risques ». Le dispositif est mis à jour annuellement avec l'intégration de nouveaux contrôles. Ces contrôles couvrent l'ensemble des activités du Groupe dans toutes les régions où il opère.

Formations des collaborateurs

Le Groupe a déployé un programme de formations *e-learning* anti-corruption obligatoire pour tous ses collaborateurs dans le monde et dispense une formation en présentiel *a minima* une fois par an pour ses collaborateurs les plus exposés aux risques de corruption compte tenu de leur position hiérarchique, de leur mission ou de leur relation directe avec des tiers. En 2024, dans la continuité de ces actions, les membres du Comité de direction Groupe et des Comités de direction des marques, mais aussi les équipes de production en contact avec les fournisseurs ont été formés en présentiel au risque de corruption par un des membres du Comité éthique. De ce fait, 100 % des fonctions les plus exposées identifiées par la cartographie de 2022, ont été formées en 2024. Lorsque nécessaire (évolution de la réglementation ou de la cartographie), le Groupe fait évoluer son offre de formation sur le sujet afin de garantir un niveau d'intégrité le plus élevé possible. Une fois la cartographie validée, un nouveau programme de formation sera mis en place pour couvrir les fonctions les plus exposées.

Dispositif d'alerte

Le Groupe a mis en place un dispositif d'alerte professionnelle afin de renforcer les moyens d'expression de l'ensemble des collaborateurs pour qu'ils puissent signaler des faits qui, selon eux, apparaissent comme non conformes aux règles éthiques du Groupe, ou des faits qui sont susceptibles d'affecter sérieusement l'activité de SMCP, d'engager significativement sa responsabilité, et/ou en cas d'infraction aux principes fondamentaux décrits dans ses documents éthiques. Cela inclut les situations de harcèlement, de discrimination, de corruption ou de fraude. Le dispositif prévoit notamment que les alertes peuvent être envoyées à l'adresse e-mail ethics@smcp.com, et qu'elles seront traitées avec la confidentialité, l'indépendance et le sérieux requis.

L'utilisation de ce dispositif est facultative, les collaborateurs témoins d'une telle situation pouvant également la signaler à leur hiérarchie, aux ressources humaines, aux représentants du personnel, à la Direction juridique ou à la Direction de l'audit interne. Tout signalement ou alerte est suivi dans un registre dédié dans lequel sont formalisés l'analyse du risque ainsi que les plans d'action entrepris.

En Amérique du Nord, en plus du dispositif décrit ci-dessus, les collaborateurs peuvent signaler tous faits non conformes aux règles éthiques (dont des violations de la loi, des situations de harcèlement ou de discrimination) auprès d'un prestataire externe par téléphone, SMS ou *via* un formulaire en ligne.

Le dispositif d'alerte de SMCP est ouvert à l'ensemble des parties prenantes et est notamment relayé sur le site Internet du Groupe et dans le Code de conduite fournisseurs.

Quel que soit le moyen utilisé, la confidentialité du donneur d'alerte est préservée et une attention particulière est apportée à ce que les éléments factuels fournis soient suffisamment généraux pour ne pas permettre son identification lorsque cela est possible. L'utilisation du dispositif, même si les faits s'avéraient par la suite inexacts ou ne donnent lieu à aucune suite, n'expose en aucun cas son auteur à une sanction disciplinaire.

Le Comité éthique est chargé de recueillir et de traiter les alertes. En 2025, il a reçu, via le dispositif d'alerte professionnel du Groupe, un signalement. Celui-ci a été traité de manière anonyme et confidentielle. Ce signalement portait sur des allégations de harcèlement et a donné lieu à une investigation menée sous la responsabilité du Comité éthique. Au terme de cette investigation, il apparaît que les faits ne relèvent pas d'une situation de harcèlement.

INDICATEURS LIÉS À LA CORRUPTION OU AUX VERSEMENTS AVÉRÉS DE POTS-DE-VIN

FORMATION DES FONCTIONS À RISQUES (G1-3)

	2024	2025
Part des fonctions à risques couvertes par des programmes de formation	100 %	100 %

Aucune formation n'a été dispensée en 2025 ; cependant, la cartographie et la liste des personnes exposées n'ayant pas évolué, il est considéré que la formation dispensée en 2024 est toujours valable.

CAS AVÉRÉS DE CORRUPTION OU VERSEMENTS AVÉRÉS DE POTS-DE-VIN (G1-4)

	2024	2025
Nombre de condamnations pour infraction à la législation sur la lutte contre la corruption et les actes de corruption	0	0
Montant des amendes pour infraction à la législation sur la lutte contre la corruption et les actes de corruption	0	0

3.4.2 Gestion des relations avec les fournisseurs (G1-2)

POLITIQUE DE GESTION DES RELATIONS AVEC LES FOURNISSEURS

Le groupe SMCP et ses marques ont toujours cherché à construire des relations de longue durée avec leurs partenaires (ce qui inclut ses distributeurs, fabricants et plus généralement tous ses partenaires commerciaux). Ces relations doivent être basées sur un respect mutuel et des valeurs communes. Il est attendu d'eux qu'ils soient en totale adéquation avec les valeurs fondamentales du Groupe en termes d'éthique, de responsabilité sociale, sociétale et de protection de l'environnement. SMCP exige ainsi de ses fournisseurs et de leurs sous-traitants un comportement exemplaire sur les sujets du travail forcé, du travail des enfants, du travail illégal, clandestin ou non déclaré, des conditions de travail, du harcèlement, des traitements abusifs ou inhumains, de la discrimination et de la corruption. Ces valeurs sont formalisées dans le Code de conduite fournisseurs. La reconnaissance de ces exigences et l'engagement de respecter ces règles sont un préalable obligatoire avant que ne débute toute relation commerciale avec une société du Groupe. À ce jour, l'ensemble des fournisseurs de production avec lesquels les marques contractualisent en direct ont signé ce document.

Le Groupe, signataire du *Global Compact* des Nations unies, veille attentivement à ce que ses fournisseurs respectent le droit du travail, les lois sur la protection sociale applicables, ainsi que les normes sociales et environnementales en vigueur. Outre son Code de conduite fournisseurs, SMCP a formalisé ses exigences vis-à-vis de ses fournisseurs à travers ses conditions générales d'achat. En signant ces documents, les fournisseurs s'engagent à respecter et à faire respecter par leurs fournisseurs et sous-traitants l'ensemble des clauses de ces documents.

Le Groupe conduit des audits sociaux chez ses fournisseurs de production par l'intermédiaire d'un expert indépendant. Les modalités pratiques de ces audits sont décrites dans le paragraphe 3.3.2 « Travailleurs de la chaîne de valeur (S2) ». Ces audits permettent d'évaluer le niveau de risque des fournisseurs sur les enjeux sociaux, environnementaux, l'hygiène, la sécurité, mais également de définir d'éventuelles actions correctives et ainsi de mettre en place les plans d'action nécessaires.

En cas de non-respect du Code de conduite fournisseurs, le Comité éthique est saisi. Il propose les mesures correctives à mettre en place, qui, selon la gravité des manquements constatés, peuvent aller jusqu'à l'arrêt immédiat de la relation d'affaires avec le fournisseur concerné. D'une manière générale, SMCP veille à apporter soutien et conseil à tout fournisseur pour améliorer ses pratiques (voir le paragraphe 3.3.2 « Travailleurs de la chaîne de valeur (S2) »).

Par ailleurs, le Groupe a déployé une politique « achats indirects » répondant à une volonté forte de sécuriser ses relations avec ses fournisseurs lors des différentes phases de sélection, d'engagement et de suivi, afin de s'assurer notamment que les fournisseurs sélectionnés soient fiables, en conformité avec toutes les lois et réglementations en vigueur telles que décrites dans le Code de conduite fournisseurs et qu'ils aient bénéficié d'opportunités commerciales équitables et transparentes, gage de performance et de sécurité pour tous. L'ensemble des achats gérés par la Direction des achats indirects du Groupe (dont les achats d'énergie, d'éclairage, de mobiliers, de packaging, de consommables boutiques) intègrent des critères RSE dans le cahier des charges des appels d'offres et donc dans leurs critères d'attribution.

ACTIONS ET RESSOURCES EN LIEN AVEC LA GESTION DES RELATIONS FOURNISSEURS

Évaluation des fournisseurs

Une cartographie des risques des fournisseurs du Groupe a été réalisée, ce qui a permis d'identifier les risques sur la chaîne de valeur et de classer les catégories de fournisseurs en fonction de leur niveau de risque (élevé/moyen/faible).

Formation des collaborateurs

Un *e-learning* Achats Indirects, créé et déployé en 2022, est obligatoire pour l'ensemble des collaborateurs. Ce module permet à chacun de prendre connaissance des règles et bonnes pratiques érigées par le Groupe. Il couvre les différentes étapes de la procédure Achats et notamment les règles à respecter lors du lancement d'un appel d'offres.

Une formation sur les bonnes pratiques en matière de contrats a été dispensée à tous les collaborateurs qui participent en France à la sélection de fournisseurs, à la négociation et à la validation des relations commerciales du Groupe et des marques. Elle vise notamment à familiariser les participants aux éléments essentiels d'un contrat, à clarifier quel est le rôle de chacun pendant la durée de la relation commerciale (qui s'étend de la sélection du fournisseur à l'expiration du contrat) et à connaître et appliquer les procédures de contractualisation (dont celles applicables pour la validation et la signature des contrats).

INDICATEURS LIÉS À LA GESTION DES RELATIONS FOURNISSEURS

G1-6 – Pratiques en matière de paiement (G1-6)

Tous les achats de SMCP en France et Europe sont payables à 45 jours fin de mois à compter de la date d'émission de la facture, sauf accord dérogatoire entre les parties (qui ne saurait excéder 60 jours date de facture ou toute autre disposition légale applicable à un secteur d'activité spécifique). Ces conditions de paiement ne sont pas applicables aux commandes concernant le secteur des transports, pour lesquelles les délais de paiement sont de 30 jours à compter de la date d'émission de la facture.

L'Amérique du Nord a une politique de délai de paiement à 30 jours sauf accord dérogatoire entre les parties. Dans la région APAC, le paiement des fournisseurs est réalisé en fonction des dispositions contractuelles. Les informations relatives aux délais de paiement des fournisseurs et des clients sont disponibles, conformément aux articles L. 441-6-1 et D. 441-1 et D. 441-4 du Code de commerce, dans le chapitre 6, note 6.1.2, paragraphe « 6.14 Dettes fournisseurs et comptes rattachés ».

Pour l'ensemble des sociétés du Groupe au 31 décembre 2025, 70 % des dettes fournisseurs (hors fournisseurs d'immobilisation et fournisseurs – factures non parvenues) sont non échues et seulement 5 % sont échus depuis plus de 31 jours. Le montant des dettes échues a diminué de 18 % par rapport à 2024.

Aujourd'hui, le Groupe n'est pas en mesure de calculer le délai moyen effectif de paiement des factures, mais réorganise ses systèmes d'information pour être en mesure de communiquer cet indicateur sur les entités françaises en 2026. Aucune procédure judiciaire pour retard de paiement n'est à déclarer.

3.4.3 Traçabilité

POLITIQUES ET OBJECTIFS DE TRAÇABILITÉ

La traçabilité est une des pierres angulaires de la stratégie RSE du groupe SMCP. Elle est un outil au service des différentes politiques du Groupe.

En ce qui concerne la politique de maîtrise des risques sociaux, la traçabilité permet au Groupe d'avoir une meilleure connaissance de sa chaîne de valeur et notamment de connaître les usines en charge des différentes étapes de fabrication des produits commercialisés par ses marques.

D'un point de vue environnemental, l'identification des zones géographiques de production des matières premières, de transformation de celles-ci (filature, tissage, teinturerie, délavage, confection, tannerie) ainsi que de l'identité des fournisseurs et de leur performance RSE permet une meilleure évaluation des impacts sociaux et environnementaux et la mise en place de plans d'action ciblés.

Pour ce faire, un partenariat a été conclu depuis 2022 avec un tiers externe chargé de retracer le parcours des pièces vendues par les marques de SMCP et de collecter à chaque étape les certifications dont disposent les fournisseurs (audits sociaux, certifications sécurité et environnementales).

Les informations collectées sont communiquées auprès des clients *via* des QR codes sur les étiquettes des produits ou sur internet.

L'objectif poursuivi en matière de traçabilité est le suivant : identifier d'ici à 2030 toutes les étapes de production jusqu'aux pays de production des principales matières premières utilisées par les marques du Groupe (coton, viscose, laine, polyester, cuir).

ACTIONS ET RESSOURCES LIÉES À LA TRAÇABILITÉ

En 2025, 100 % des références des collections été 25 et hiver 25 étaient conformes aux exigences réglementaires fixées par la loi AGEC[1]. Par ailleurs, le travail de traçabilité mené a permis d'identifier, pour 87 % des matières naturelles stratégiques du Groupe (coton, laine de mouton et cuir), le pays d'origine de la culture ou de l'élevage.

Les catégories de produits non soumises à la réglementation AGEC sont également intégrées de façon volontaire par SMCP dans son programme de traçabilité (sacs à main, maroquinerie, bijoux, etc.).

Les moyens de contrôle du Groupe se sont renforcés en 2024, avec le déploiement de tests isotopiques en laboratoire visant à vérifier la zone géographique de production du coton déclarée par les fournisseurs.

INDICATEURS LIÉS À LA TRAÇABILITÉ

PART DES MATIÈRES NATURELLES STRATÉGIQUES (COTON, LAINE DE MOUTON, CUIR) DONT LE PAYS D'ORIGINE (CULTURE/ÉLEVAGE) EST CONNU

2025	Objectif 2030
87 %	100 %

.

(1) Le décret n° 2022-748 du 29 avril 2022, qui met en application l'article 13 I de la loi AGEC, loi anti-gaspillage pour une économie circulaire du 11 février 2020 rend obligatoire la publication pour les produits textiles des pays de réalisation des trois dernières étapes de fabrication (tissage, teinture, assemblage/finition). Pour les chaussures les informations à publier concernent les étapes de piquage, montage et finition.

3.5 Annexe

3.5.1 Exigences de publication au titre des ESRS couvertes par le rapport de durabilité de l'entreprise (IRO-2)

En raison des résultats de la double matérialité, les sujets inclus dans le rapport de durabilité sont :

ESRS	Exigence de publication	Pages
ESRS 2	BP-1 – Base générale pour la préparation des états de durabilité	64
ESRS 2	BP-2 – Publication d'informations relatives à des circonstances particulières	64-65
ESRS 2	GOV-1 – Le rôle des organes d'administration, de direction et de surveillance	66-67
ESRS 2	GOV-2 – Informations transmises aux organes d'administration, de direction et de surveillance de l'entreprise et questions de durabilité traitées par ces organes	67
ESRS 2	GOV-3 – Intégration des performances en matière de durabilité dans les mécanismes d'incitation	67-68
ESRS 2	GOV-4 – Déclaration sur la vigilance raisonnable	68
ESRS 2	GOV-5 – Gestion des risques et contrôles internes concernant l'information en matière de durabilité	69
ESRS 2	SBM-1 – Stratégie, modèle économique et chaîne de valeur	4, 70-73
ESRS 2	SBM-2 – Intérêts et points de vue des parties prenantes	74-75
ESRS 2	SBM-3 – Impacts, risques et opportunités matériels et leur lien avec la stratégie et le modèle économique	75-80
ESRS 2	IRO-1 – Description du processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels	81-84
ESRS 2	IRO-2 – Exigences de publication au titre des ESRS couvertes par l'état de durabilité de l'entreprise	84,155-157
ESRS E1	ESRS 2 GOV-3 – Intégration des performances en matière de durabilité dans les mécanismes d'incitation	67-68
ESRS E1	E1-1 – Plan de transition pour l'atténuation du changement climatique	87-90
ESRS E1	ESRS 2 SBM-3 – Incidences, risques et opportunités importants et leur interaction avec la stratégie et le modèle économique	85-87
ESRS E1	ESRS 2 IRO-1 – Description des processus permettant d'identifier et d'évaluer les incidences, risques et opportunités importants liés au changement climatique	85-87
ESRS E1	E1-2 – Politiques liées à l'atténuation du changement climatique et à l'adaptation à celui-ci	87-90
ESRS E1	E1-3 – Actions et ressources en rapport avec les politiques en matière de changement climatique	90-92
ESRS E1	E1-4 – Cibles liées à l'atténuation du changement climatique et à l'adaptation à celui-ci	87-90
ESRS E1	E1-5 – Consommation d'énergie et mix énergétique	93
ESRS E1	E1-6 - Émissions brutes de GES de périmètres 1, 2, 3 et émissions totales de GES	94
ESRS E1	E1-7 – Projets d'absorption et d'atténuation des GES financés au moyen de crédits carbone	non applicable
ESRS E1	E1-8 – Tarification interne du carbone	non applicable
ESRS E1	E1-9 – Effets financiers attendus des risques physiques et de transition matériels et opportunités potentielles liées au climat	non applicable en 2025
ESRS E2	ESRS 2 IRO-1 – Description des processus d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels liés à la pollution	96-97
ESRS E2	E2-1 – Politiques en matière de pollution	97-98
ESRS E2	E2-2 – Actions et ressources relatives à la pollution	98
ESRS E2	E2-3 – Cibles en matière de pollution	98
ESRS E2	E2-4 – Pollution de l'air, de l'eau et des sols	98
ESRS E2	E2-5 – Substances préoccupantes et substances extrêmement préoccupantes	98
ESRS E2	E2-6 – Effets financiers attendus d'impacts, risques et opportunités liés à la pollution	non applicable en 2025
ESRS E3	ESRS 2 IRO-1 – Description des procédures d'identification et d'évaluation des incidences, risques et opportunités importants liés aux ressources hydriques et marines	99

ESRS	Exigence de publication	Pages
ESRS E3	E3-1 – Politiques en matière de ressources hydriques et marines	100
ESRS E3	E3-2 – Actions et ressources relatives aux ressources hydriques et marines	100
ESRS E3	E3-3 – Cibles en matière de ressources hydriques et marines	100
ESRS E3	E3-4 – Consommation d'eau	101
ESRS E3	E3-5 – Effets financiers attendus des impacts, risques et opportunités liés aux ressources hydriques et marines	non applicable en 2025
ESRS E4	E4-1 – Plan de transition et prise en considération de la biodiversité et des écosystèmes dans la stratégie et le modèle économique	105-107
ESRS E4	ESRS 2 SBM-3 – Impacts, risques et opportunités importants et leur lien avec la stratégie et le modèle économique	101-105
ESRS E4	ESRS 2 IRO-1 Description des procédures d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités importants liés à la biodiversité et aux écosystèmes	101-105
ESRS E4	E4-2 – Politiques liées à la biodiversité et aux écosystèmes	101-105
ESRS E4	E4-4 – Cibles liées à la biodiversité et aux écosystèmes	101-105
ESRS E4	E4-5 – Indicateurs d'impact concernant l'altération de la biodiversité et des écosystèmes	107-108
ESRS E4	E4-6 – Effets financiers attendus des risques et opportunités liés à la biodiversité et aux écosystèmes	non applicable en 2025
ESRS E5	ESRS 2 IRO-1 – Description des procédures d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités importants liés à l'utilisation des ressources et à l'économie circulaire	109-110
ESRS E5	E5-1 – Politiques en matière d'utilisation des ressources et d'économie circulaire	111
ESRS E5	E5-2 – Actions et ressources relatives à l'utilisation des ressources et à l'économie circulaire	112-113
ESRS E5	E5-3 – Cibles relatives à l'utilisation des ressources et à l'économie circulaire	111
ESRS E5	E5-4 – Flux de ressources entrants	113
ESRS E5	E5-5 – Flux de ressources sortants	114
ESRS E5	E5-6 – Effets financiers attendus des impacts, risques et opportunités liés à l'utilisation des ressources et à l'économie circulaire	non applicable en 2025
ESRS S1	ESRS 2 SBM-2 – Intérêts et points de vue des parties prenantes	74-75
ESRS S1	ESRS 2 SBM-3 – Impacts, risques et opportunités matériels et leur interaction avec la stratégie et le modèle économique	120-121
ESRS S1	S1-1 – Politiques concernant le personnel de l'entreprise	121-124
ESRS S1	S1-2 – Processus de dialogue avec le personnel de l'entreprise et ses représentants au sujet des impacts	124
ESRS S1	S1-3 – Processus de réparation des impacts négatifs et canaux permettant au personnel de l'entreprise de faire part de ses préoccupations	124
ESRS S1	S1-4 – Actions concernant les impacts matériels sur le personnel de l'entreprise, approches visant à gérer les risques matériels et à saisir les opportunités matérielles concernant le personnel de l'entreprise, et efficacité de ces actions	120-129
ESRS S1	S1-5 – Cibles liées à la gestion des impacts négatifs matériels, à la promotion des impacts positifs et à la gestion des risques et opportunités matériels	120-129
ESRS S1	S1-6 – Caractéristiques des salariés de l'entreprise	125-127
ESRS S1	S1-7 – Caractéristiques des non-salariés assimilés au personnel de l'entreprise	127
ESRS S1	S1-8 – Couverture des négociations collectives et dialogue social	128
ESRS S1	S1-9 – Indicateurs de diversité	130-131
ESRS S1	S1-10 – Salaires décents	132
ESRS S1	S1-11 – Protection sociale	133
ESRS S1	S1-12 – Personnes handicapées	131
ESRS S1	S1-13 – Indicateurs de formation et de développement des compétences	136-137
ESRS S1	S1-14 – Indicateurs de santé et de sécurité	138-139
ESRS S1	S1-15 – Indicateurs d'équilibre entre vie professionnelle et vie privée	139
ESRS S1	S1-16 – Indicateurs de rémunération (écart de rémunération et rémunération totale)	133
ESRS S1	S1-17 – Cas, plaintes et incidences graves en matière de droits de l'homme	124
ESRS S2	ESRS 2 SBM-2 – Intérêts et points de vue des parties prenantes	74-75

ESRS	Exigence de publication	Pages
ESRS S2	ESRS 2 SBM-3 – Impacts, risques et opportunités matériels et interactions avec la stratégie et le modèle économique	140-141
ESRS S2	S2-1 – Politiques relatives aux travailleurs de la chaîne de valeur	141
ESRS S2	S2-2 – Processus de dialogue avec les travailleurs de la chaîne de valeur au sujet des impacts	141
ESRS S2	S2-3 – Processus visant à remédier aux impacts négatifs et canaux permettant aux travailleurs de la chaîne de valeur de faire part de leurs préoccupations	141
ESRS S2	S2-4 – Actions concernant les impacts matériels sur les travailleurs de la chaîne de valeur, approches visant à gérer les risques matériels et à saisir les opportunités matérielles concernant les travailleurs de la chaîne de valeur, et efficacité de ces actions	142
ESRS S2	S2-5 – Cibles liées à la gestion des impacts négatifs matériels, à la promotion des impacts positifs et à la gestion des risques et opportunités matériels	143
ESRS S3	ESRS 2 SBM-2 – Intérêts et points de vue des parties prenantes	non matériel
ESRS S3	ESRS 2 SBM-3 – Impacts, risques et opportunités matériels et interactions avec la stratégie et le modèle économique	non matériel
ESRS S3	S3-1 – Politiques relatives aux communautés affectées	non matériel
ESRS S3	S3-2 – Processus de dialogue avec les communautés affectées au sujet des impacts	non matériel
ESRS S3	S3-3 – Processus visant à remédier aux impacts négatifs et canaux permettant aux communautés affectées de faire part de leurs préoccupations	non matériel
ESRS S3	S3-4 – Actions concernant les impacts matériels sur les communautés affectées, approches visant à gérer les risques matériels et à saisir les opportunités matérielles concernant les communautés affectées, et efficacité de ces actions	non matériel
ESRS S3	S3-5 – Cibles liées à la gestion des impacts négatifs matériels, au développement des impacts positifs et à la gestion des risques et opportunités matériels	non matériel
ESRS S4	ESRS 2 SBM-2 – Intérêts et points de vue des parties prenantes	74-75
ESRS S4	ESRS 2 SBM-3 – Impacts, risques et opportunités matériels et leur interaction avec la stratégie et le modèle économique	144
ESRS S4	S4-1 – Politiques relatives aux consommateurs	145
ESRS S4	S4-2 – Processus de dialogue avec les consommateurs au sujet des impacts	146
ESRS S4	S4-3 – Processus visant à remédier aux impacts négatifs et canaux permettant aux consommateurs et utilisateurs finaux de faire part de leurs préoccupations	146
ESRS S4	S4-4 – Actions concernant les impacts matériels sur les consommateurs et utilisateurs finaux, approches visant à gérer les risques matériels et à saisir les opportunités matérielles concernant les consommateurs et utilisateurs finaux, et efficacité de ces actions	146-147
ESRS S4	S4-5 – Cibles liées à la gestion des impacts négatifs matériels, à la promotion des impacts positifs et à la gestion des risques et opportunités matériels	145
ESRS G1	ESRS 2 GOV-1 – Le rôle des organes d'administration, de direction et de surveillance	66-67
ESRS G1	ESRS 2 IRO-1 – Description des processus d'identification et d'analyse des impacts, risques et opportunités matériels	148-149
ESRS G1	G1-1 - Politiques en matière de conduite des affaires et culture d'entreprise	150-151
ESRS G1	G1-2 – Gestion des relations avec les fournisseurs	152-153
ESRS G1	G1-3 – Prévention et détection de la corruption et des pots-de-vin	150-151
ESRS G1	G1-4 – Cas de corruption ou de versements de pots-de-vin	152
ESRS G1	G1-5 – Influence politique et activités de lobbying	150
ESRS G1	G1-6 – Pratiques en matière de paiement	153

3.5.2 Points de données requis dans les normes transverses et thématiques dérivées d'autres textes législatifs de l'Union européenne (ESRS 2, appendice B)

ESRS	Exigence de publication	SFDR	Pilier 3	Règlement sur les indices de référence	Loi européenne sur le climat	Pages
ESRS 2	GOV-1 Mixité au sein des organes de gouvernance	x		x		187
ESRS 2	GOV-1 Pourcentage d'administrateurs indépendants			x		188
ESRS 2	GOV-4 Déclaration sur la vigilance raisonnable	x				68
ESRS 2	SBM-1 Participation à des activités liées aux combustibles fossiles	x	x	x		non applicable
ESRS 2	SBM-1 Participation à des activités liées à la fabrication de produits chimiques	x		x		non applicable
ESRS 2	SBM-1 Participation à des activités liées à des armes controversées	x		x		non applicable
ESRS 2	SBM-1 Participation à des activités liées à la culture et à la production de tabac			x		non applicable
ESRS E1	E1-1 Plan de transition pour atteindre la neutralité climatique d'ici à 2050				x	87-90
ESRS E1	ESRS E1-1 Entreprises exclues des indices de référence «accord de Paris»		x	x		non applicable
ESRS E1	E1-4 Cibles de réduction des émissions de GES	x	x	x		87-90
ESRS E1	E1-5 Consommation d'énergie produite à partir de combustibles fossiles ventilée par source d'énergie (uniquement les secteurs ayant une forte incidence sur le climat)	x				93
ESRS E1	E1-5 Consommation d'énergie et mix énergétique	x				93
ESRS E1	E1-5 Intensité énergétique des activités dans les secteurs à fort impact climatique	x				93
ESRS E1	E1-6 Émissions brutes de GES de périmètres 1, 2, 3 et émissions totales de GES	x	x	x		94
ESRS E1	E1-6 Intensité des émissions de GES brutes	x	x	x		95
ESRS E1	E1-7 Absorptions de GES et crédits carbone paragraphe				x	non applicable
ESRS E1	E1-9 Exposition du portefeuille de l'indice de référence à des risques physiques liés au climat			x		non applicable en 2025
ESRS E1	E1-9 Désagrégation des montants monétaires par risque physique aigu et chronique		x			non applicable en 2025
ESRS E1	E1-9 Localisation des actifs importants exposés à un risque physique matériel		x			non applicable en 2025
ESRS E1	E1-9 Ventilation de la valeur comptable des actifs immobiliers de l'entreprise par classe d'efficacité énergétique		x			non applicable en 2025
ESRS E1	E1-9 Degré d'exposition du portefeuille aux opportunités liées au climat			x		non applicable en 2025
ESRS E2	E2-4 Quantité de chaque polluant énuméré dans l'annexe II du règlement E-PRTR (registre européen des rejets et des transferts de polluants) rejetés dans l'air, l'eau et le sol	x				non applicable
ESRS E3	E3-1 Ressources hydriques et marines	x				100
ESRS E3	E3-1 Politiques en matière de ressources hydriques et marines	x				100
ESRS E3	E3-1 Pratiques durables en ce qui concerne les océans et les mers	x				non applicable
ESRS E3	E3-4 Pourcentage total d'eau recyclée et réutilisée	x				non applicable
ESRS E3	E3-4 Consommation d'eau totale en m^3 par rapport au chiffre d'affaires généré par les propres activités de l'entreprise	x				non applicable
ESRS E4	ESRS 2 SBM-3 – Incidences, risques et opportunités importants et leur lien avec la stratégie et le modèle économique	x				101-105

ESRS	Exigence de publication	SFDR	Pilier 3	Règlement sur les indices de référence	Loi européenne sur le climat	Pages
ESRS E4	E4-2 Pratiques ou politiques foncières/agricoles durables	x				101-105
ESRS E4	E4-2 Pratiques ou politiques durables en ce qui concerne les océans/mers	x				non applicable
ESRS E4	E4-2 Politiques de lutte contre la déforestation	x				101-105
ESRS E5	E5-5 Déchets non recyclés	x				non applicable
ESRS E5	E5-5 Déchets dangereux et déchets radioactifs	x				non applicable
ESRS S1	ESRS 2 SBM-3 – S1 Risque de travail forcé	x				123
ESRS S1	ESRS 2 SBM-3 – S1 Risque d'exploitation d'enfants par le travail	x				123
ESRS S1	S1-1 Engagements à mener une politique en matière des droits de l'homme	x				123
ESRS S1	S1-1 Politiques de vigilance raisonnable sur les questions visées par les conventions fondamentales 1 à 8 de l'Organisation internationale du travail			x		123-124
ESRS S1	S1-1 Processus et mesures de prévention de la traite des êtres humains	x				123-124
ESRS S1	S1-1 Politique de prévention ou système de gestion des accidents du travail	x				137-139
ESRS S1	S1-3 Mécanismes de traitement des différends ou des plaintes	x				124
ESRS S1	S1-14 Nombre de décès et nombre et taux d'accidents liés au travail	x		x		139
ESRS S1	S1-14 Nombre de jours perdus pour cause de blessures, d'accidents, de décès ou de maladies	x				139
ESRS S1	S1-16 Écart de rémunération entre hommes et femmes non corrigé	x		x		133
ESRS S1	S1-16 Ratio de rémunération excessif du directeur général	x				133
ESRS S1	S1-17 Cas de discrimination	x				124
ESRS S1	S1-17 Non-respect des principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme et des principes directeurs de l'OCDE	x		x		124
ESRS S2	ESRS 2 SBM-3 – S2 Risque important d'exploitation d'enfants par le travail ou de travail forcé dans la chaîne de valeur	x				140-141
ESRS S2	S2-1 Engagements à mener une politique en matière des droits de l'homme	x				141
ESRS S2	S2-1 Non-respect des principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme et des principes directeurs de l'OCDE	x		x		non applicable
ESRS S2	S2-1 Politiques de diligence raisonnable sur les questions visées par les conventions fondamentales 1 à 8 de l'Organisation internationale du travail			x		141
ESRS S2	S2-4 Problèmes et incidents en matière de droits de l'homme recensés en amont ou en aval de la chaîne de valeur	x				141
ESRS S3	S3-1 Engagements à mener une politique en matière de droits de l'homme	x				non applicable
ESRS S3	S3-1 Non-respect des principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme, des principes de l'OIT et/ou des principes directeurs de l'OCDE	x		x		non applicable
ESRS S3	S3-4 Problèmes et incidents en matière de droits de l'homme	x				non applicable
ESRS S4	S4-1 Politiques relatives aux consommateurs et utilisateurs finaux	x				145
ESRS S4	S4-1 Non-respect des principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme et des principes directeurs de l'OCDE	x		x		non applicable
ESRS S4	S4-4 Problèmes et incidents en matière de droits de l'homme	x				non applicable
ESRS G1	G1-1 Convention des Nations unies contre la corruption	x				148,152
ESRS G1	G1-1 Protection des lanceurs d'alerte	x				151
ESRS G1	G1-4 Amendes pour infraction à la législation sur la lutte contre la corruption et les actes de corruption	x		x		152
ESRS G1	G1-4 Normes de lutte contre la corruption et les actes de corruption	x				150-152

3.5.3 Tables de concordance (ODD, GRI)

3.5.3.1 TABLEAU DE CORRESPONDANCE AVEC LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD) DE L'ONU

Pilier	ESRS lié	Objectifs de développement durable (ODD)
SMCProduct	E5	
	S2	
SMCPlanet	E1	
	E2	
	E3	
	E4	
SMCPeople	S1	
	S4	
Conduite des affaires	G1	

3.5.3.2 TABLEAU DE CORRESPONDANCE GRI (2021)

Intitulé de la norme GRI	Élément d'information	Rapport de durabilité 2025
GRI 2 : Informations générales 2021	2-1 Détails sur l'organisation	Chapitre 8 - 8.1 Présentation de l'émetteur
	2-2 Entités incluses dans le reporting de durabilité de l'organisation	Chapitre 6 – Note 8.4 Périmètre de consolidation
	2-3 Période, fréquence et point de contact du reporting	Chapitre 3 - 3.1.1 Base de préparation
	2-4 Reformulation des informations	Chapitre 3 - 3.1.1 Base de préparation
	2-5 Assurance externe	Chapitre 3 - 3.6 Rapport de l'organisme tiers indépendant
	2-6 Activités, chaîne de valeur et autres relations d'affaires	Chapitre 1-1.2 Activités
	2-7 Employés	Chapitre 3 - 3.3.1 – Caractéristiques des salariés de l'entreprise (S1-6)
	2-8 Travailleurs qui ne sont pas des employés	Chapitre 3 - 3.3.1 – Caractéristiques des travailleurs non-salarié (S1-7)
	2-9 Structure et composition de la gouvernance	Chapitre 4 - 4.1 Organisation de la gouvernance
	2-10 Nomination et sélection des membres de l'organe de gouvernance le plus élevé	Chapitre 4 - 4.1.2.2 Règles de composition du Conseil d'administration
	2-11 Présidence de l'organe de gouvernance le plus élevé	Chapitre 4 - 4.1 Organisation de la gouvernance
	2-12 Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans la supervision de la gestion des impacts	Chapitre 4 - 4.1.4 Les comités
	2-13 Délégation de la responsabilité de la gestion des impacts	Chapitre 4 - 4.1.4 Les comités et chapitre 2 - 2.3 et 2.4
	2-14 Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans le reporting de durabilité	Chapitre 4 - 4.1.4 Les comités
	2-15 Conflits d'intérêts	Chapitre 4 - 4.1.5 Déclarations relatives aux membres des organes d'administration et de la direction et conflits d'intérêts
	2-16 Communication des préoccupations majeures	Chapitre 3 - 3.4. Informations sur la conduite des affaires
	2-17 Connaissance partagée de l'organe de gouvernance le plus élevé	Chapitre 4 - 4.1 Organisation de la gouvernance
	2-18 Évaluation de la performance de l'organe de gouvernance le plus élevé	Chapitre 4 - 4.1 Organisation de la gouvernance
	2-19 Politiques de rémunération	Chapitre 4 - 4.2 Rémunérations et avantages
	2-20 Processus de détermination de la rémunération	Chapitre 4 - 4.2 Rémunérations et avantages et 4.1.4.2 Comité des nominations et des rémunérations
	2-21 Ratio de rémunération totale annuelle	Chapitre 3 - 3.1, Rémunération et protection sociale et (S1-10, S1-11 et S1-16), Ratio annuel de rémunération totale
	2-22 Déclaration sur la stratégie de développement durable	Chapitre 3 - 3.1.3 Stratégie
	2-23 Engagements politiques	Chapitre 3 - 3.4. Informations sur la conduite des affaires
	2-24 Intégration des engagements politiques	Chapitre 3 - 3.4. Informations sur la conduite des affaires
	2-25 Processus de remédiation des impacts négatifs	Chapitre 3 - 3.4. Informations sur la conduite des affaires
	2-26 Mécanismes permettant de demander conseil et de soulever des préoccupations	Chapitre 3 - 3.4. Informations sur la conduite des affaires
	2-27 Conformité aux législations et aux réglementations	Pas de non-conformité

Intitulé de la norme GRI	Élément d'information	Rapport de durabilité 2025
GRI 2 : Informations générales 2021	2-28 Adhésions à des associations	Chapitre 3 - 3.1.3.2 Intérêts et points de vue des parties prenantes (SBM-2), Chapitre 3 - 3.2.4 Biodiversité et écosystèmes (E3)
	2-29 Approche de l'engagement des parties prenantes	Chapitre 3 - 3.1.3.2 Intérêts et points de vue des parties prenantes (SBM-2)
	2-30 Conventions collectives	Chapitre 3 - 3.1, Dialogue social et négociations collectives (S1-8)
GRI 3 : Thèmes pertinents 2021	3-1 Processus pour déterminer les Thèmes pertinents	Chapitre 3 - 3.1.4 Gestion des impacts, risques et opportunités (IRO)
	3-2 Liste des thèmes pertinents	Chapitre 3 - 3.1.4 Gestion des impacts, risques et opportunités (IRO)
	3-3 Gestion des thèmes pertinents	Chapitre 3, toutes les sections
GRI 101 : Biodiversité 2024	101-1 Politiques visant à arrêter et à inverser la perte de biodiversité	Chapitre 3 - 3.2.4 Biodiversité et écosystèmes (E3)
	101-2 Gestion des impacts sur la biodiversité	Chapitre 3 - 3.2.4 Biodiversité et écosystèmes (E3)
	101-3 Accès et partage des avantages	non applicable
	101-4 Identification des impacts sur la biodiversité	Chapitre 3 - 3.1.4 Gestion des impacts, risques et opportunités (IRO), Biodiversité
	101-5 Sites qui ont des impacts sur la biodiversité	Chapitre 3 - 3.1.4 Gestion des impacts, risques et opportunités (IRO), Biodiversité
	101-6 Facteurs directs de perte de biodiversité	non applicable
	101-7 Changements dans l'état de la biodiversité	Chapitre 3 - 3.2.4 Biodiversité et écosystèmes (E3)
	101-8 Services écosystémiques	Chapitre 3 - 3.2.4 Biodiversité et écosystèmes (E3)
GRI 304 : Biodiversité 2024	304-1 Sites d'activité détenus,loués ou gérés, situés dans ou bordant des airesprotégées et des zones riches en biodiversité àl'extérieur des aires protégées	Chapitre 3 - 3.1.4 Gestion des impacts, risques et opportunités (IRO), Biodiversité
	304-2 Impacts significatifs desactivités, produits et services sur la biodiversité	Chapitre 3 - 3.2.4 Biodiversité et écosystèmes (E3)
	304-3 Habitats protégés ourestaurés	non applicable
	304-4 Espèces sur la listerouge de l'UICN et sur la liste de conservation nationaledont les habitats sont situés dans des zones affectéespar les opérations	non applicable
GRI201 : Performance économique 2016	201-1 Valeur économique directe générée et distribuée	Chapitre 5 - 5.2.1 Chiffres clés
	201-2 Implications financières et autres risques et opportunités dus au changement climatique	Chapitre 3 -3.2.1, Impacts, risques et opportunités matériels liés au changement climatique et leur interaction avec la stratégie et le modèle économique
	201-3 Obligations liées au régime à prestations déterminées et autres régimes de retraite	Chapitre 6 – Note 6.13 Avantages du personnel
	201-4 Aide financière publique	non applicable
GRI 202 : Présence sur le marché 2016	202-1 Ratios entre le salaire au premier échelon standard par genre compare au salaire minimum local	non applicable
	202-2 Part de cadres supérieurs recrutés dans la communauté locale	non applicable
GRI 203 : Impacts économiques indirects 2016	203-1 Investissements dans les infrastructures et mécénat	Chapitre 3 - 3.2.5, Don et recyclage des produits et 3.3.3, Sensibiliser les clients aux impacts environnementaux des produits et aux engagements des marques
	203-2 Impacts économiques indirects significatifs	Chapitre 3 - 3.2.5, Don et recyclage des produits et 3.3.3, Sensibiliser les clients aux impacts environnementaux des produits et aux engagements des marques
GRI 204 : Pratiques d'achats 2016	204-1 Part de dépenses auprès de fournisseurs locaux	non applicable

Intitulé de la norme GRI	Élément d'information	Rapport de durabilité 2025
GRI 205 : Lutte contre la corruption 2016	205-1 Activités évaluées en termes de risque lié à la corruption	Chapitre 2 - 2.1.4 Évolutions réglementaires et risques de litiges
	205-2 Communication et formation relatives aux politiques et procédures de lutte contre la corruption	Chapitre 2 - 2.1.4 Évolutions réglementaires et risques de litiges et chapitre 3 - 3.4. Informations sur la conduite des affaires
	205-3 Cas avérés de corruption et mesures prises	Chapitre 3 - 3.4. Informations sur la conduite des affaires
GRI 206 : Comportement anticoncurrentiel 2016	206-1 Actions en justice contre le comportement anticoncurrentiel et les pratiques anti-trust	Pas de non-conformité
GRI 207 : Fiscalité 2019	207-1 Approche de la politique fiscale	Chapitre 1-1.7.8 Réglementation fiscale et chapitre 2 - 2.1.5 Risques juridiques et réglementaires
	207-2 Gouvernance fiscale, contrôle et gestion des risques	Chapitre 1-1.7.8 Réglementation fiscale et chapitre 2 - 2.1.5 Risques juridiques et réglementaires
	207-3 Implication des parties prenantes et gestion des questions liées à la politique fiscale	Chapitre 1-1.7.8 Réglementation fiscale et chapitre 2 - 2.1.5 Risques juridiques et réglementaires
	207-4 Reporting pays par pays	Non communiqué
GRI 301 : Matières 2016	301-1 Matières utilisées par poids ou par volume	Chapitre 3 - 3.2.5 Utilisation des ressources et économie circulaire
	301-2 Matières recyclées utilisées	Chapitre 3 - 3.2.5 Utilisation des ressources et économie circulaire
	301-3 Produits et matériaux d'emballage valorisés	Chapitre 3 - 3.2.5 Utilisation des ressources et économie circulaire
GRI 302 : Énergie 2016		Chapitre 3 - 3.2.1 Consommation d'énergie et mix énergétique (E1-5)
GRI 303 : Eau et effluents 2018		Chapitre 3 - 3.2.4 Ressources hydriques et marines
GRI 305 : Émissions 2016	305-1 Émissions directes de GES (Scope 1)	Chapitre 3 - 3.2.1 Émissions brutes de GES de périmètres 1, 2, 3 et émissions totales de GES (E1-6)
	305-2 Émissions indirectes de GES (Scope 2)	Chapitre 3 - 3.2.1 Émissions brutes de GES de périmètres 1, 2, 3 et émissions totales de GES (E1-6)
	305-3 Autres émissions indirectes de GES (Scope 3)	Chapitre 3 - 3.2.1 Émissions brutes de GES de périmètres 1, 2, 3 et émissions totales de GES (E1-6)
	305-4 Intensité des émissions de GES	Chapitre 3 - 3.2.1 Émissions brutes de GES de périmètres 1, 2, 3 et émissions totales de GES (E1-6)
	305-5 Réduction des émissions de GES	Chapitre 3 - 3.2.1 Émissions brutes de GES de périmètres 1, 2, 3 et émissions totales de GES (E1-6)
GRI 306 : Déchets 2020		non applicable
GRI 308 : Évaluation environnementale des fournisseurs 2016	308-1 Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères environnementaux	Chapitre 3 - 3.2.5 Utilisation des ressources et économie circulaire (E5)
	308-2 Impacts environnementaux négatifs dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	Chapitre 3 - 3.2.5 Utilisation des ressources et économie circulaire (E5)
GRI 401 : Emploi 2016	401-1 Recrutement de nouveaux employés et rotation du personnel	Chapitre 3 - 3.1 – Caractéristiques des salariés de l'entreprise
	401-2 Avantages accordés aux salariés à temps plein et non aux employés temporaires ou à temps partiel	Chapitre 3 - 3.3.1 Personnel de l'entreprise
	401-3 Congé parental	Chapitre 3 - 3.1 Santé, sécurité et qualité de vie au travail (S1-14 et S1-15)
GRI 402 : Relations employés/direction 2016	402-1 Périodes minimales de préavis pour les modifications opérationnelles	non applicable
GRI 403 : Santé et sécurité au travail 2018		Chapitre 3 - 3.1 Santé, sécurité et qualité de vie au travail (S1-14 et S1-15)

Intitulé de la norme GRI	Élément d'information	Rapport de durabilité 2025
GRI404 : Formation et éducation 2016	404-1 Nombre moyen d'heures de formation par an par employé	Chapitre 3 - 3.1 Développement des talents et gestion des compétences des collaborateurs (S1-13)
	404-2 Programmes de mise à niveau des compétences des employés et programmes d'aide à la transition	Chapitre 3 - 3.1 Développement des talents et gestion des compétences des collaborateurs (S1-13)
	404-3 Pourcentage d'employés bénéficiant de revues de performance et d'évolution de carrières	Chapitre 3 - 3.1 Développement des talents et gestion des compétences des collaborateurs (S1-13)
GRI 405 : Diversité et égalité des chances 2016	405-1 Diversité des organes de gouvernance et des employés	Chapitre 3 - 3.1 Diversité et inclusion (S1-9 et S1-12)
	405-2 Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes et des hommes	Chapitre 3 - 3.1 Rémunération et protection sociale (S1-10, S1-11 et S1-16)
GRI 406 : Lutte contre la discrimination 2016	406-1 Cas de discrimination et mesures correctives prises	Pas d'incident
GRI 407 : Liberté syndicale et négociation collective 2016	407-1 Opérations et fournisseurs pour lesquels le droit de liberté syndicale et de négociation collective peut être en péril	Chapitre 3 - 3.3.2 Travailleurs de la chaîne de valeur [S2]
GRI 408 : Travail des enfants 2016	408-1 Opérations et fournisseurs présentant un risque significatif lié au travail des enfants	Chapitre 3 - 3.3.2 Travailleurs de la chaîne de valeur [S2]
GRI 409 : Travail force ou obligatoire 2016	409-1 Opérations et fournisseurs présentant un risque significatif de travail forcé ou obligatoire	Chapitre 3 - 3.3.2 Travailleurs de la chaîne de valeur [S2]
GRI 410 : Pratiques de sécurité 2016	410-1 Formation du personnel de sécurité aux politiques et procédures relatives aux droits de l'homme	non applicable
GRI 411 : Droits des peuples autochtones 2016	411-1 Cas de violations des droits des peuples autochtones	non applicable
GRI 413 : Communautés locales 2016	413-1 Activités impliquant la communauté locale, évaluation des impacts et programmes de développement	Chapitre 3 - 3.1.3.2 Intérêts et points de vue des parties prenantes (SBM-2) et 3.3.3 Sensibiliser les clients aux impacts environnementaux des produits et aux engagements des marques
	413-2 Activités générant des impacts négatifs substantiels, réels ou potentiels sur les communautés locales	non applicable
GRI 414 : Évaluation sociale des fournisseurs 2016	414-1 Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères sociaux	Chapitre 3 - 3.3.2 Travailleurs de la chaîne de valeur [S2]
	414-2 Impacts sociaux négatifs sur la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	Chapitre 3 - 3.3.2 Travailleurs de la chaîne de valeur [S2]
GRI 415 : Politiques publiques 2016	415-1 Contributions politiques	Pas de contribution politique
GRI 416 : Santé et sécurité des consommateurs 2016	416-1 Évaluation des impacts des catégories de produits et de services sur la santé et la sécurité	Chapitre 3 - 3.3.3 Consommateurs [S4]
	416-2 Cas de non-conformité concernant les impacts des produits et des services sur la sécurité et la santé	Pas de non-conformité
GRI 417 : Commercialisation et étiquetage 2016	417-1 Exigences relatives à l'information sur les produits et les services, et l'étiquetage	Chapitre 3 - 3.4.3 Traçabilité
	417-2 Cas de non-conformité concernant l'information sur les produits et services et l'étiquetage	Pas de non-conformité
	417-3 Cas de non-conformité concernant la communication marketing	Pas de non-conformité
GRI 418 : Confidentialité des données des clients 2016	418-1 Plaintes fondées relatives à l'atteinte à la Confidentialité des données des clients et aux pertes de données des clients	Pas de non-conformité

3.6 Rapport de certification des informations en matière de durabilité et de contrôle des exigences de publication des informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 de SMCP

Exercice clos le 31 décembre 2025

A l'Assemblée Générale,

Le présent rapport est émis en notre qualité de commissaire aux comptes de SMCP. Il porte sur les informations en matière de durabilité et les informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852, relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2025 et incluses dans la section 3 « Rapport de durabilité » du rapport sur la gestion du groupe (ci-après « Rapport de durabilité »).

Nos travaux, qui portent sur ces informations, ont été réalisés dans un contexte évolutif caractérisé par des incertitudes sur l'interprétation des textes et le développement de pratiques de place.

En application de l'article L. 233-28-4 du code de commerce, SMCP est tenue d'inclure les informations précitées au sein d'une section distincte du rapport sur la gestion du groupe.

Ces informations permettent de comprendre les impacts de l'activité de SMCP sur les enjeux de durabilité, ainsi que la manière dont ces enjeux influent sur l'évolution des affaires, des résultats et de la situation du Groupe. Les enjeux de durabilité comprennent les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernement d'entreprise.

En application du II de l'article L. 821-54 du code précité, notre mission consiste à mettre en œuvre les travaux nécessaires à l'émission d'un avis, exprimant une assurance limitée, portant sur :

- la conformité aux exigences découlant des normes d'information en matière de durabilité adoptées par la Commission européenne en vertu de l'article 29 ter de la directive (UE) 2013/34 du Parlement européen et du Conseil du 26 juin 2013, telle que modifiée par la directive (UE) 2022/2464 du Parlement européen et du Conseil du 14 décembre 2022 (ci-après ESRS pour *European Sustainability Reporting Standards*) du processus mis en œuvre par SMCP pour déterminer les informations publiées, qui incluent, lorsque l'entité y est soumise, l'obligation de consultation du comité social et économique prévue au sixième alinéa de l'article L. 2312-17 du code du travail ;
- la conformité des informations en matière de durabilité incluses dans le Rapport de durabilité avec les dispositions de l'article L. 233-28-4 du code de commerce, y compris avec les ESRS ; et
- le respect des exigences de publication des informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852.

L'exercice de cette mission est réalisé en conformité avec les règles déontologiques, y compris d'indépendance, et les règles de qualité prescrites par le code de commerce.

Il est également régi par les lignes directrices de la Haute Autorité de l'Audit « Mission de certification des informations en matière de durabilité et de contrôle des exigences de publication des informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 ».

Dans les trois parties distinctes du rapport qui suivent, nous présentons, pour chacun des axes de notre mission, la nature des vérifications que nous avons opérées, les conclusions que nous en avons tirées, et, à l'appui de ces conclusions, les éléments qui ont fait l'objet, de notre part, d'une attention particulière et les diligences que nous avons mises en œuvre au titre de ces éléments. Nous attirons votre attention sur le fait que nous n'exprimons pas de conclusion sur ces éléments pris isolément et qu'il convient de considérer que les diligences explicitées s'inscrivent dans le contexte global de la formation des conclusions émises sur chacun des trois axes de notre mission.

Enfin, lorsqu'il nous semble nécessaire d'attirer votre attention sur une ou plusieurs informations en matière de durabilité fournies par SMCP dans le rapport sur la gestion du groupe, nous formulons un paragraphe d'observations.

Limites de notre mission

Notre mission ayant pour objectif d'exprimer une assurance limitée, la nature (choix des techniques de contrôle) des travaux, leur étendue (amplitude), et leur durée, sont moindres que ceux nécessaires à l'obtention d'une assurance raisonnable.

Cette mission ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de SMCP, notamment à porter une appréciation, qui dépasserait la conformité aux prescriptions d'information des ESRS sur la pertinence des choix opérés par SMCP en termes de plans d'action, de cibles, de politiques, d'analyses de scénarios et de plans de transition.

En outre, s'agissant des informations prospectives, qui présentent par nature un caractère incertain, leurs réalisations futures différeront parfois de manière significative des informations prospectives présentées dans le rapport sur la gestion du groupe.

Notre mission permet cependant d'exprimer des conclusions concernant le processus de détermination des informations en matière de durabilité publiées, les informations elles-mêmes, et les informations publiées en application de l'article 8 du règlement (UE) 2020/852, quant à l'absence d'identification ou, au contraire, l'identification, d'erreurs, omissions ou incohérences d'une importance telle qu'elles seraient susceptibles d'influencer les décisions que pourraient prendre les lecteurs des informations objet de nos vérifications.

Les informations en matière de durabilité et les informations prévues à l'article 8 du règlement (UE) n° 2020/852 peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenus pour leur établissement et présentés dans le rapport sur la gestion du groupe.

CONFORMITÉ AUX EXIGENCES DÉCOULANT DES NORMES ESRS DU PROCESSUS MIS EN ŒUVRE PAR SMCP POUR DÉTERMINER LES INFORMATIONS PUBLIÉES, QUI INCLUENT L'OBLIGATION DE CONSULTATION DU COMITÉ SOCIAL ET ÉCONOMIQUE PRÉVUE AU SIXIÈME ALINÉA DE L'ARTICLE L. 2312-17 DU CODE DU TRAVAIL

Nature des vérifications opérées

Nos travaux ont consisté à vérifier que :

- le processus défini et mis en œuvre par SMCP, incluant l'obligation de consultation du comité social et économique prévue au sixième alinéa de l'article L. 2312-17 du code du travail, lui a permis, conformément aux ESRS, d'identifier et d'évaluer ses impacts, risques et opportunités liés aux enjeux de durabilité, et d'identifier ceux de ces impacts, risques et opportunités matériels qui ont conduit à la publication des informations en matière de durabilité dans le Rapport de durabilité, et
- les informations fournies sur ce processus sont également conformes aux ESRS.

Conclusion des vérifications opérées

Sur la base des vérifications que nous avons opérées, nous n'avons pas relevé d'erreurs, omissions ou incohérences importantes concernant la conformité du processus mis en œuvre par SMCP avec les ESRS.

Eléments qui ont fait l'objet d'une attention particulière

Les informations relatives à la manière dont l'entité conclut à des changements significatifs ayant eu lieu au cours de l'exercice nécessitant une actualisation de son processus de DMA sont mentionnées aux sections 1.4.1 « Description des procédures d'identification et d'évaluation des impacts, risques et opportunités matériels (IRO-1) » et 1.2.5 « Gestion des risques et contrôles internes concernant l'information en matière de durabilité (GOV-5) » du Rapport de durabilité.

Nous avons, par entretien avec la direction et/ou les personnes que nous avons jugé appropriées et par inspection de la documentation disponible, pris connaissance :

- de l'identification et évaluation des facteurs internes et externes ayant conduit à l'actualisation du processus de DMA. Ceux-ci incluent notamment les évolutions des intérêts et points de vue des parties prenantes ;
- des changements apportés, par rapport à l'exercice précédent, à la liste des impacts (négatifs ou positifs), risques et opportunités (« IRO »), réels ou potentiels identifiés par l'entité, et au processus d'évaluation de la matérialité d'impact et financière mis en œuvre par l'entité pour déterminer les informations matérielles publiées (y compris la fixation de seuils) ;
- de l'absence d'impacts des changements apportés à la liste des impacts (négatifs ou positifs), risques et opportunités (« IRO ») et à l'évaluation de la matérialité d'impact et financière de ces IRO sur les informations matérielles publiées.

Sur la base de notre jugement professionnel, nos diligences ont notamment consisté à :

- exercer notre esprit critique sur la documentation des analyses menées par l'entité ainsi que sur la démarche mise en œuvre par cette dernière pour identifier les facteurs internes et externes à considérer ;
- apprécier le caractère approprié des facteurs internes et externes considérés par l'entité au regard des faits et circonstances propres à l'entité ;

- apprécier la pertinence des changements réalisés par l'entité sur l'appréciation des impacts, risques et opportunités réels et potentiels identifiés au regard :
  - de notre connaissance de l'entité / des faits et circonstances propres à l'entité ;
  - des analyses sectorielles et benchmark concurrentiels disponibles que nous avons jugées pertinentes.

CONFORMITÉ DES INFORMATIONS EN MATIÈRE DE DURABILITÉ INCLUSES DANS LE RAPPORT DE DURABILITÉ AVEC LES DISPOSITIONS DE L'ARTICLE L. 233-28-4 DU CODE DE COMMERCE, Y COMPRIS AVEC LES ESRS

Nature des vérifications opérées

Nos travaux ont consisté à vérifier que, conformément aux prescriptions légales et règlementaires, y compris aux ESRS :

- les renseignements fournis permettent de comprendre les modalités de préparation et de gouvernance des informations en matière de durabilité incluses dans le Rapport de durabilité, y compris les modalités de détermination des informations relatives à la chaîne de valeur et les exemptions de divulgation retenues ;
- la présentation de ces informations en garantit la lisibilité et la compréhensibilité ;
- le périmètre retenu par SMCP relativement à ces informations est approprié ; et
- sur la base d'une sélection, fondée sur notre analyse des risques de non-conformité des informations fournies et des attentes de leurs utilisateurs, que ces informations ne présentent pas d'erreurs, omissions, incohérences importantes, c'est-à-dire susceptibles d'influencer le jugement ou les décisions des utilisateurs de ces informations.

Conclusion des vérifications opérées

Sur la base des vérifications que nous avons opérées, nous n'avons pas relevé d'erreurs, omissions, incohérences importantes concernant la conformité des informations en matière de durabilité incluses dans le Rapport de durabilité, avec les dispositions de l'article L. 233-28-4 du code de commerce, y compris avec les ESRS.

Eléments qui ont fait l'objet d'une attention particulière

Informations fournies en application des normes environnementales (ESRS E1 à E5)

Les informations publiées au titre du changement climatique (ESRS E1) sont mentionnées dans la section « 3.2.1 Changement climatique [E1] » du Rapport de durabilité.

Nous vous présentons ci-après les éléments ayant fait l'objet d'une attention particulière de notre part concernant la conformité aux ESRS de ces informations.

Nos diligences ont notamment consisté à apprécier le caractère approprié de l'information présentée dans le chapitre « 3.2.1 Changement climatique [E1] » du Rapport de durabilité et sa cohérence d'ensemble avec notre connaissance de l'entité.

- En ce qui concerne les informations publiées au titre du bilan des émissions de gaz à effet de serre :
  - Nous avons apprécié la cohérence du périmètre considéré pour l'évaluation du bilan des émissions de gaz à effet de serre avec le périmètre des états financiers consolidés et la chaîne de valeur amont et aval.
  - Nous avons pris connaissance du protocole d'établissement de l'inventaire des émissions de gaz à effet de serre utilisé par l'entité pour établir le bilan des émissions de gaz à effet de serre et apprécié ses modalités d'application, sur une sélection de catégories d'émissions et de sites, sur le scope 1 et le scope 2.
  - Nous avons apprécié le processus de collecte d'informations concernant les émissions relatives au scope 3, en particulier les postes 3.1 – Produits et services achetés et 3.4 – Transport de marchandises amont et distribution.
  - Nous avons apprécié le caractère approprié des facteurs d'émission utilisés et le calcul des conversions afférentes ainsi que les hypothèses de calcul et d'extrapolation, compte tenu de l'incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées.
  - Pour les données directement mesurables (telles que la consommation d'énergie), nous avons rapproché, sur la base de sondages, les données sous-jacentes servant à l'élaboration du bilan des émissions de gaz à effet de serre avec les pièces justificatives.
  - Nous avons mis en œuvre des procédures analytiques.
  - En ce qui concerne les estimations que nous avons jugé structurantes auxquelles l'entité a eu recours, pour l'élaboration de son bilan des émissions de gaz à effet de serre :
    - Par entretien avec la direction RSE, nous avons pris connaissance de la méthodologie de calcul des données estimées et des sources d'informations sur lesquelles reposent ces estimations,

- Nous avons apprécié si les méthodes ont été appliquées de manière cohérente ou s'il y a eu des changements depuis la période précédente, et si ces changements sont appropriés.
- Nous avons vérifié l'exactitude arithmétique des calculs servant à établir ces informations.
- En ce qui concerne les vérifications au titre du plan de transition pour l'atténuation du changement climatique, nos travaux ont principalement consisté à apprécier si les informations publiées au titre du plan de transition répondent aux prescriptions d'ESRS E1, étant précisé que nous n'avons pas à nous prononcer sur le caractère approprié ou le niveau d'ambition des objectifs de ce plan de transition.

Les informations publiées au titre de l'utilisation des ressources (ESRS E5) sont mentionnées dans la section « 3.2.5 Utilisation des ressources et économie circulaire (E5) » du Rapport de durabilité.

Nous vous présentons ci-après les éléments ayant fait l'objet d'une attention particulière de notre part concernant la conformité aux ESRS de ces informations.

Nos diligences ont notamment consisté à apprécier le caractère approprié de l'information présentée dans le chapitre « 3.2.5 Utilisation des ressources et économie circulaire (E5) » du Rapport de durabilité et sa cohérence d'ensemble avec notre connaissance de l'entité.

- En ce qui concerne les informations publiées au titre des matières utilisées pour la fabrication des produits :
  - Nous avons apprécié le processus de collecte d'informations concernant les matières utilisées pour la fabrication des produits, notamment la part de matières recyclées et la part de matières naturelles certifiées.
  - Nous avons rapproché, sur la base de sondages, les données sous-jacentes servant à l'élaboration de ces informations avec les pièces justificatives.
  - Nous avons mis en œuvre des procédures analytiques.
  - Nous avons vérifié l'exactitude arithmétique des calculs servant à établir ces informations.

RESPECT DES EXIGENCES DE PUBLICATION DES INFORMATIONS PRÉVUES À L'ARTICLE 8 DU RÈGLEMENT (UE) 2020/852

Nature des vérifications opérées

Nos travaux ont consisté à vérifier le processus mis en œuvre par SMCP pour déterminer le caractère éligible et aligné des activités des entités comprises dans la consolidation.

Ils ont également consisté à vérifier les informations publiées en application de l'article 8 du règlement (UE) 2020/852, ce qui implique la vérification :

- de la conformité aux règles de présentation de ces informations qui en garantissent la lisibilité et la compréhensibilité ;
- sur la base d'une sélection, de l'absence d'erreurs, omissions, incohérences importantes dans les informations fournies, c'est-à-dire susceptibles d'influencer le jugement ou les décisions des utilisateurs de ces informations.

Conclusion des vérifications opérées

Sur la base des vérifications que nous avons opérées, nous n'avons pas relevé d'erreurs, omissions, incohérences importantes concernant le respect des exigences de l'article 8 du règlement (UE) 2020/852

Eléments qui ont fait l'objet d'une attention particulière

Nous avons déterminé qu'il n'y avait pas de tels éléments à communiquer dans notre rapport.

Paris-La Défense, le 30 mars 2026
Le Commissaire aux Comptes

Deloitte & Associés
Bénédicte SABADI



4.

Gouvernement d'entreprise

4.1 Organisation de la gouvernance 172

Conseil d'administration et comités spécialisés permanents 172

Introduction : Code de gouvernement d'entreprise 174

4.1.1 Les organes de direction 175

4.1.2 Composition du Conseil d'administration 177

4.1.3 Fonctionnement du Conseil d'administration 189

4.1.4 Les comités 195

4.1.5 Déclarations relatives aux membres des organes d'administration et de direction et conflits d'intérêts 199

4.2 Rémunérations et avantages 200

Éléments composant la rémunération 2026 des dirigeants mandataires sociaux exécutifs 200

Éléments composant la rémunération 2026 des membres indépendants du Conseil d'administration 200

4.2.1 Politique de rémunération des mandataires sociaux pour 2026 201

4.2.2 Rémunération des mandataires sociaux en 2025 213

4.2.3 Projet de résolutions soumis à l'Assemblée générale du 11 juin 2026 227

4.3 Engagements avec les parties liées et Conventions 228

4.3.1 Opérations avec les apparentés 228

4.3.2 Rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées 229

4.1 Organisation de la gouvernance

Conseil d'administration et comités spécialisés permanents

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION AU 9 AVRIL 2026

56 % de femmes

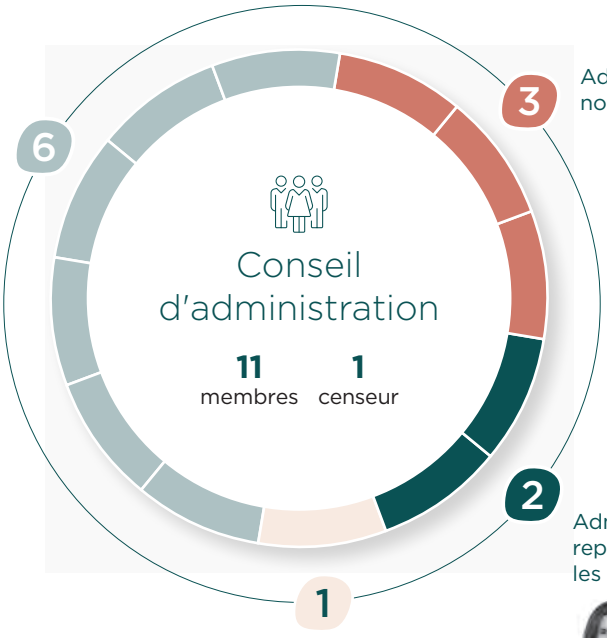
67 % d'indépendance

59 ans d'âge moyen

98 % d'assiduité du Conseil d'administration

4 nationalités

5 ans et 8 mois de durée moyenne des mandats



Administratreurs indépendants


Président
Christophe Cuvillier (P)


Orla Noonan (P)


Christophe Chenut


Natalia Nikolaidi


Xavier Véret


Atalay Atasu (P)

Administrateurs non indépendants


Isabelle Guichot


Évelyne Chetrite


Judith Milgrom

Administrateurs représentant les salariés


Lauren Schuller


Jean Loez

Censeur


Ilan Chetrite

P Président(e)
Présence au Comité d'audit
Présence au Comité des nominations et des rémunérations
Présence au Comité RSE

Les principaux travaux du Conseil en 2025

Le Conseil d'administration a notamment approuvé les résultats financiers de la Société et du Groupe, établi différents rapports (notamment le rapport de gestion et le rapport sur le gouvernement d'entreprise), approuvé le document d'enregistrement universel (et le rapport de durabilité qu'il contient), convoqué l'Assemblée générale de la Société, approuvé le *business plan* et le budget du Groupe et de ses marques, et approuvé les objectifs RSE 2026.

LES COMITÉS SPÉCIALISÉS PERMANENTS

Comité d'audit

PRÉSIDENTE
Orla Noonan

3 membres	**3** réunions
100 % d'assiduité	**100 %** d'indépendance

Comité des nominations et des rémunérations

PRÉSIDENT
Christophe Cuvillier

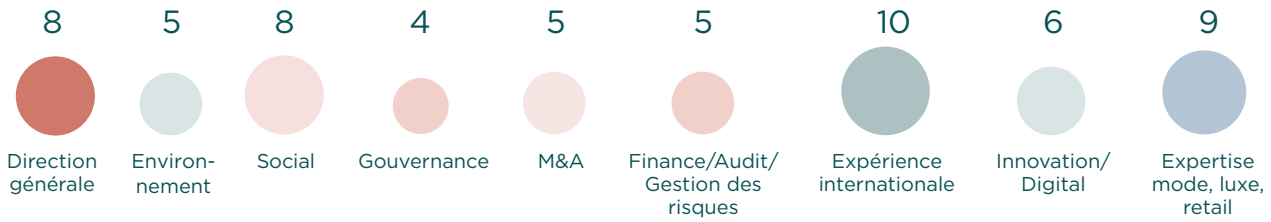
3 membres	**2** réunions
100 % d'assiduité	**100 %** d'indépendance

Comité RSE

PRÉSIDENT
Atalay Atasu

4 membres	**2** réunions
100 % d'assiduité	**50 %** d'indépendance

CARTOGRAPHIE DES COMPÉTENCES DES ADMINISTRATEURS



SMCP est dirigé par un Directeur Général et trois Directeurs Généraux Délégués



Isabelle Guichot
Directeur Général SMCP



Évelyne Chetrite
Directrice Générale Déléguée et Directrice Artistique de Sandro



Judith Milgrom
Directrice Générale Déléguée et Directrice Artistique de Maje



Ilan Chetrite
Directeur Général Délégué et Directeur Artistique de Sandro Homme

Comité exécutif

16 membres
dont les DG des marques

69 % de femmes
11 réunions en 2025

Introduction : Code de gouvernement d'entreprise

Depuis l'admission des actions de la Société aux négociations sur le marché réglementé d'Euronext à Paris (« Euronext Paris ») en octobre 2017, la Société se réfère et, sous réserve de ce qui est indiqué ci-après, se conforme au Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées élaboré par l'Association française des entreprises privées (l'« Afep ») et le Mouvement des entreprises de France (le « MEDEF ») dans sa version mise à jour de décembre 2022 (le « Code Afep-MEDEF »).

Le Code Afep-MEDEF auquel la Société se réfère peut être consulté sur Internet à l'adresse suivante : http://www.medef.com. La Société tient à la disposition permanente des membres de ses organes sociaux des copies de ce code.

La Société applique le Code Afep-MEDEF (tel que révisé en décembre 2022) à l'exception de la recommandation suivante :

Recommandation du Code Afep-MEDEF	Commentaire de la Société
Recommandation 26.5.1 du Code Afep-MEDEF **« Les conditions de performance fixées par les Conseils pour ces indemnités doivent être appréciées sur deux exercices au moins. »**	La condition de performance fixée pour le versement de l'indemnité de départ de Mme Isabelle Guichot, de Mmes Évelyne Chetrite et Judith Milgrom ainsi que de M. Ilan Chetrite est appréciée sur les 12 derniers mois précédant la cessation de leurs fonctions en comparaison avec la performance réalisée sur la période de 12 mois précédant cette période de référence, alors que la recommandation 26.5.1 du Code Afep-MEDEF préconise que la période d'appréciation des conditions de performance soit de 24 mois au moins. Au regard des activités du Groupe et d'un environnement de marché marqué par une évolution rapide des tendances et des perspectives, la Société considère en effet que la performance du mandataire doit s'apprécier sur la période la plus récente précédant la cessation de ses fonctions.

4.1.1 Les organes de direction

MODALITÉS ET FONCTIONNEMENT DES ORGANES DE DIRECTION

Missions et pouvoirs du Président, du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués

Les fonctions de Président du Conseil d'administration et de Directeur Général de la Société sont dissociées. M. Christophe Cuvillier est Président du Conseil d'administration et Mme Isabelle Guichot est Directeur Général de la Société. Les fonctions de Directeurs Généraux Délégués au sein de la Société sont exercées par Mme Évelyne Chetrite, Mme Judith Milgrom et M. Ilan Chetrite. Chaque Directeur Général Délégué est en charge de la politique de création, du design, de la Direction artistique et de la stratégie marketing de la marque entrant dans son champ de compétence, à savoir Sandro pour Mme Évelyne Chetrite, Maje pour Mme Judith Milgrom et Sandro Homme pour M. Ilan Chetrite.

Le mandat d'administrateur (indépendant) et de Président du Conseil d'administration de M. Christophe Cuvillier, le mandat d'administratrice et de Directeur Général de Mme Isabelle Guichot, les mandats d'administratrices et de Directrices Générales Déléguées de Mme Évelyne Chetrite et Mme Judith Milgrom et le mandat de censeur et de Directeur Général Délégué de M. Ilan Chetrite qui arrivaient à expiration à l'issue de l'Assemblée Générale ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos au 31 décembre 2024 ont été renouvelés en 2025.

Le 12 juin 2025, les actionnaires de la Société ont en effet décidé de renouveler M. Christophe Cuvillier en tant qu'administrateur (indépendant), et Mmes Isabelle Guichot, Évelyne Chetrite et Judith Milgrom en tant qu'administratrices. Sur proposition du Comité des nominations et des rémunérations du 20 mars 2025, le Conseil d'administration s'est réuni le 12 juin 2025, après l'Assemblée générale annuelle qui s'est tenue ce jour-là, afin de renouveler pour une durée de quatre ans (prenant fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos au 31 décembre 2028) le mandat de Président du Conseil d'administration de M. Christophe Cuvillier, le mandat de censeur de M. Ilan Chetrite et la Direction Générale. Le Conseil a ainsi nommé Mme Isabelle Guichot en qualité de Directeur Général pour une nouvelle durée de quatre ans, et avec son accord, a renouvelé pour une durée identique les mandats de Directeurs Généraux Délégués de Mmes Évelyne Chetrite et Judith Milgrom et de M. Ilan Chetrite.

Mode d'exercice de la Direction Générale – Limitations de pouvoirs

Conformément à la loi, aux statuts de la Société et au règlement intérieur du Conseil d'administration, le Président du Conseil d'administration de la Société préside les réunions du Conseil d'administration et veille au bon fonctionnement des organes de la Société, en s'assurant en particulier que les administrateurs sont en mesure de remplir leur mission.

Le Directeur Général est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toute circonstance au nom de la Société. Elle exerce ces pouvoirs dans la limite de l'objet social et sous réserve de ceux que la loi attribue expressément aux Assemblées d'actionnaires et au Conseil d'administration.

Elle représente la Société dans ses rapports avec les tiers. La Société est engagée même par les actes du Directeur Général qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Les décisions du Conseil d'administration limitant les pouvoirs du Directeur Général sont inopposables aux tiers.

En accord avec le Directeur Général, le Conseil d'administration détermine l'étendue et la durée des pouvoirs conférés aux Directeurs Généraux Délégués. Les Directeurs Généraux Délégués disposent, à l'égard des tiers, des mêmes pouvoirs que le Directeur Général.

Le Directeur Général ou les Directeurs Généraux Délégués peuvent, dans les limites fixées par la législation en vigueur, déléguer les pouvoirs qu'ils jugent convenables, pour un ou plusieurs objets déterminés, à tous mandataires, même étrangers à la Société, pris individuellement ou réunis en comité ou commission, avec ou sans faculté de substitution, sous réserve des limitations prévues par la loi. Ces pouvoirs peuvent être permanents ou temporaires, et comporter ou non la faculté de substituer. Les délégations ainsi consenties conservent tous leurs effets malgré l'expiration des fonctions de celui qui les a conférées.

Aux termes de l'article 3.2 de son règlement intérieur, le Conseil d'administration donne son accord préalable, statuant à la majorité simple de ses membres présents ou représentés, pour tout acte ou décision du Directeur Général relatif à :

(i) l'approbation et la modification du budget annuel du Groupe ;

(ii) l'approbation et la modification significative du business plan annuel du Groupe ;

(iii) toute émission d'actions, d'instruments ou de valeurs mobilières donnant accès, immédiatement ou à terme, au capital de la Société, sous réserve des dispositions du paragraphe 3.4 ;

(iv) la souscription pour toute société du Groupe de tout endettement d'un montant cumulé supérieur à 10 000 000 euros par an excédant le budget annuel ;

(v) toute décision pouvant conduire à un cas de défaut de paiement (*event of default*) ou à un cas d'accélération selon les termes de la documentation de financement de toute société du Groupe ;

(vi) tout dépassement du budget de dépenses d'investissement (Capex) du Groupe de plus de 10 % par rapport au budget annuel ;

(vii) la conclusion, la résiliation ou la modification significative de tout contrat auquel une société du Groupe est partie dont le montant annuel excède 4 000 000 euros, autres que les contrats couverts par le point (ix) et que les placements de trésorerie par les sociétés du Groupe sur des comptes et dépôts à terme effectués auprès d'institutions dont la santé financière est avérée, et qui permettent un retrait des fonds sous délai raisonnable ;

(viii) toute dépense ne figurant pas dans le budget annuel du Groupe d'un montant individuel supérieur à 2 000 000 euros ;

(ix) la création, l'acquisition, la cession ou la constitution de toute sûreté par une société du Groupe portant sur toute activité ou filiale ou sur tout actif pour un montant supérieur à 2 000 000 euros (à moins que lesdites opérations n'aient été approuvées dans le cadre du budget) ;

(x) l'embauche, le licenciement, la rupture conventionnelle ou l'accord transactionnel mettant fin aux fonctions, la révocation, la modification substantielle des fonctions ou la modification de la rémunération (à moins que celle-ci n'intervienne dans le cadre des augmentations annuelles) de tout membre du Comité exécutif ou mandataire social du Groupe ;

(xi) la conclusion par une société du Groupe avec un tiers de tout contrat portant sur une joint-venture industrielle ou commerciale ou sur des accords de fusion qui pourrait avoir un impact significatif sur le Groupe ;

(xii) l'ouverture d'une boutique, d'une filiale, ou d'une activité nouvelle dans un nouveau pays ;

(xiii) la nomination ou le renouvellement des commissaires aux comptes ;

(xiv) toute opération de transformation ou de restructuration significative d'une entité du Groupe ;

(xv) le développement de toute nouvelle activité sans lien direct avec l'objet social des sociétés du Groupe ;

(xvi) toute opération modifiant directement ou indirectement le capital social ou les fonds propres de la Société (en ce compris toute opération de fusion, scission ou apport partiel d'actifs ou de distribution de dividendes) ;

(xvii) la modification de plus de 3 % par an par rapport au budget annuel de la masse salariale du Groupe ;

(xviii) la conclusion, la résiliation ou la modification de tout contrat conclu avec les fondateurs ou les principaux dirigeants du Groupe (en ce inclus leurs contrats de travail ou contrats de prestation de services) ;

(xix) la transaction d'un litige dont le montant excède 2 000 000 euros.

4.1.2 Composition du Conseil d'administration

4.1.2.1 CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le tableau ci-dessous présente la composition du Conseil d'administration à la date du présent document d'enregistrement universel, ainsi que les principaux mandats et fonctions des membres du Conseil d'administration de la Société exercés au cours des cinq dernières années.



Christophe Cuvillier

Président du Conseil d'administration

Christophe Cuvillier est diplômé d'HEC Paris. Il dispose d'une vaste expérience à la tête de nombreux grands groupes français. Il a notamment été pendant huit ans Président du Directoire d'Unibail-Rodamco devenu en 2018 Unibail-Rodamco-Westfield, qu'il avait rejoint, en 2011, en qualité de Directeur Général des Opérations. Antérieurement, il a occupé différentes fonctions de premier plan au sein du groupe PPR (devenu Kering), notamment Directeur Général de la FNAC de 2000 à 2005, Président-Directeur Général de Conforama de 2005 à 2008 puis Président-Directeur Général de la FNAC de 2008 à 2010. Avant de rejoindre le groupe PPR, il a passé quatorze ans au sein de la Division Produits de Luxe du groupe L'Oréal, en France et à l'étranger, occupant différentes fonctions de Direction Générale.

Âge : 63 ans

Nationalité : Française

Date d'expiration du mandat : Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2028

Actions détenues : 8 000

Participation à des Comités permanents du conseil :
Comité des nominations et des rémunérations

Compétences :
Direction Générale
Environnement
Gouvernance
M&A
Finance/Audit/Gestion des risques
Expérience internationale
Innovation/Digital
Expertise mode, luxe, retail

Mandats et fonctions exercés à la date du présent document d'enregistrement universel :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
- Fonds de dotation Raisesherpas - Administrateur
- HEC International Advisory Board - Membre
- Nextus SAS - Président
- Damac Real Estate Development Limited - Administrateur
- Google Cloud EMEA Advisory Board - Membre

Mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et qui ne sont plus occupés :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
- Salesforce EMEA Advisory Board - Membre
- Celonis Advisory Board - Membre



Isabelle Guichot

Directeur Général et administratrice

Isabelle Guichot est diplômée d'HEC Paris. Elle a commencé sa carrière chez Cartier International où elle a occupé les postes suivants : Chargée de mission à la société Cartier Incorporated à New York (États-Unis) (1988-1989), Secrétaire générale adjointe (1989-1991), Directrice commerciale de Cartier International (1992-1995), Directrice Générale de Cartier SA France (1996-1999), Présidente-Directrice Générale de Van Cleef & Arpels International (1999-2005) et de Lancel (2003-2005). Elle rejoint ensuite le groupe Pinault Printemps Redoute (PPR, désormais Kering) où elle occupe les postes de Directrice du Développement de Gucci Group (2005-2007), Présidente-Directrice Générale de Sergio Rossi (2005-2007), puis Présidente-Directrice Générale de Balenciaga SA (2007-2017), occupant également un siège au Conseil d'administration de la Fondation Kering. Elle rejoint le groupe SMCP en 2017, où elle était Directeur Général de Maje avant d'être nommée Directeur Général et administrateur de SMCP en août 2021. Isabelle Guichot est administratrice indépendante d'Air France - KLM depuis le 4 juin 2025. Elle était administratrice indépendante de Chargeurs SA jusqu'en avril 2025.

Âge : 61 ans

Nationalité : Française

Date d'expiration du mandat : Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2028

Actions détenues :
211 230

Participation à des Comités permanents du conseil :
Comité RSE

Compétences :
Direction Générale
Environnement
Social
Gouvernance
Finance/Audit/Gestion des risques
Expérience internationale
Innovation/Digital
Expertise mode, luxe, retail

Mandats et fonctions exercés à la date du présent document d'enregistrement universel :

Au sein du Groupe :
- SMCP Group SAS – Directeur Général
- Claudie Pierlot SAS – Président
- SMCP Logistique SAS – Président
- Fursac SA – Président du Conseil d'administration
- SMCP Deutschland GmbH – Directeur Général
- SMCP Switzerland SA – Président du Conseil d'administration
- SMCP Portugal LDA – Gérant
- SMCP Sweden AB – Administratrice déléguée
- SMCP Denmark ApS - Administratrice
- SMCP Norway AS - Administratrice
- SMCP Ireland Ltd. - Administratrice
- SMCP UK Ltd. - Administratrice
- Maje Stores Ltd. - Administratrice
- SMCP luxembourg SA - Administratrice
- SMCP Belgique SARL - Administratrice
- SMCP Netherlands BV - Administratrice
- SMCP USA Inc. – Administratrice, Vice-Président
- SMCP Retail East Coast Inc. – Administratrice, Vice-Président
- SMCP Retail West Coast Inc. – Administratrice, Vice-Président
- SMCP Canada Inc. – Administratrice, Vice-Président
- SMCP Asia Ltd. – Administratrice
- SMCP Hong Kong Ltd. – Administratrice
- SMCP Shanghai Trading Co. Ltd. – Administratrice
- SMCP Taiwan Trading Co. Ltd. – Administratrice
- SMCP Japan GK – Administratrice
- SMCP Malaysia SDN.BHD – Administratrice
- AZ Retail Ltd. – Administratrice
- SMCP Fashion Ltd. – Administratrice
- SMCP APAC PTE Ltd. - Administratrice

Hors Groupe :
- Air France - KLM - Administratrice indépendante et Présidente du Comité d'audit

Mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et qui ne sont plus occupés :

Au sein du Groupe :
- Maje SAS – Directeur Général Délégué
- SMCP Holding SAS – Président
- 341 SMCP SAS – Président
- Fursac SA – Directeur Général

Hors Groupe :
- Chargeurs SA – Administratrice indépendante



Évelyne Chetrite

Directrice Générale Déléguée et administratrice

Évelyne Chetrite a fait des études de droit à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Passionnée de mode et de stylisme, Évelyne Chetrite crée, avec son mari Didier Chetrite, la marque Sandro en 1984. La première boutique Sandro est ouverte en 2004 au cœur du quartier du Marais à Paris. Sous l'impulsion créatrice et grâce à la vision d'Évelyne Chetrite, Sandro devient rapidement une marque de référence sur le marché du prêt-à-porter. Évelyne Chetrite crée et dirige, depuis la création de la marque, les collections Sandro en qualité de Directrice artistique. Outre ces fonctions opérationnelles, Évelyne Chetrite, qui a pendant de longues années assuré la présidence du Groupe, est actuellement membre du Conseil d'administration et Directrice Générale déléguée de la Société en charge notamment de la politique de création et de la stratégie marketing de Sandro.

Âge : 67 ans

Nationalité : Française

Date d'expiration du mandat : Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2028

Actions détenues :
2 221 663

Participation à des Comités permanents du conseil :
Non

Compétences :
Direction Générale
Social
Gouvernance
Expérience internationale
Expertise mode, luxe, retail

Mandats et fonctions exercés à la date du présent document d'enregistrement universel :

Au sein du Groupe :
- Sandro Andy SAS – Présidente : Évelyne Chetrite SASU représentée par Évelyne Chetrite

Hors Groupe :
- SCI REBECCA – Gérante
- EDID – Gérante
- Évelyne Chetrite SASU – Présidente
- Grand Chene – Gérante
- Petite Princesse – Gérante
- Hessed – Gérante
- Sagesse – Gérante
- Kemisi – Co-gérante
- Kismi – Gérante
- Maison Blanche – Gérante
- SIVAN SAS – Présidente
- Fonds TAL – Présidente
- JOIE S.à.r.l. – Co-gérante
- ARCHIVES SAS – Présidente

Mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et qui ne sont plus occupés :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
Néant



Judith Milgrom

Directrice Générale Déléguée et administratrice

Judith Milgrom, passionnée de mode et de stylisme, a travaillé de nombreuses années dans la création et le stylisme. Forte de cette expérience, Judith Milgrom fonde Maje en 1998 dont elle crée et dirige les collections depuis la création de la marque. Maje ouvre sa première boutique à Paris en 2003 et devient rapidement une marque de référence sur le marché du prêt-à-porter. Judith Milgrom est actuellement Directrice artistique de Maje. Outre ces fonctions opérationnelles, Judith Milgrom est membre du Conseil d'administration et Directrice Générale déléguée de la Société en charge notamment de la politique de création et de la stratégie marketing de Maje.

Âge : 61 ans

Nationalité : Française

Date d'expiration du mandat : Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2028

Actions détenues :
2 086 617

Participation à des Comités permanents du conseil :
Non

Compétences :
Direction Générale
Social
Expérience internationale
Expertise mode, luxe, retail

Mandats et fonctions exercés à la date du présent document d'enregistrement universel :

Au sein du Groupe :
- Maje SAS – Présidente : Judith Milgrom SASU représentée par Judith Milgrom

Hors Groupe :
- SC SAVA – Gérante
- SC SHMIL – Gérante
- SC AVANA – Co-Gérante
- SCI MAJ – Gérante
- SCI MAIL – Gérante
- SCI J&A – Co-Gérante
- Judith Milgrom SASU – Présidente
- Fonds TODA – Présidente
- Judor Investissements SAS – Présidente
- HARMONY SAS – Présidente : Judith Milgrom SASU représentée par Judith Milgrom
- SCI PALOMA 2011– Co-Gérante

Mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et qui ne sont plus occupés :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
Néant



Orla Noonan

Administratrice indépendante

Orla Noonan est diplômée d'HEC Paris et d'un *BA (Economics)* de Trinity College à Dublin. Elle a commencé sa carrière en 1994 dans la banque d'affaires à Londres chez Salomon Brothers en tant qu'analyste financière, notamment dans le secteur des médias/télécom. Orla Noonan a rejoint le groupe AB en 1996 comme Directrice chargée du *business development*, du M&A et de la communication financière. Elle y a mené les introductions en Bourse à New York et à Paris ainsi que les opérations de croissance externe, notamment les acquisitions des chaînes de télévision RTL9 et TMC. Elle est devenue Secrétaire Générale du groupe en 1999 et membre de son Conseil d'administration en 2003. Elle a été Présidente de la chaîne de télévision NT1 entre 2005 et 2010. Nommée Directrice Générale de groupe AB entre 2014 et 2018, elle y a mené à bien sa transformation en renouvelant l'activité de télévision payante, en lançant de nouveaux services numériques et en renforçant le pôle Production par l'acquisition de plusieurs sociétés de production indépendantes. En 2018, Orla Noonan est devenue Présidente du Conseil d'administration d'Adevinta, le groupe leader mondial des annonces en ligne. Au cours de six années de transformation et de croissance, elle a piloté d'abord l'introduction du groupe à la Bourse d'Oslo en 2019, puis l'acquisition d'eBay Classifieds en 2021 et enfin sa vente à un consortium d'investisseurs mené par Blackstone et Permira en 2024. Elle est par ailleurs Administratrice indépendante de l'Agence France Presse (AFP) et de TF1. Elle a été Administratrice indépendante d'Iliad SA pendant douze ans (de 2009 à 2021), de Schibsted Media Group entre 2017 et 2019 et de Believe entre 2021 et 2025.

Âge : 56 ans

Nationalité : Française et Irlandaise

Date d'expiration du mandat : Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2026

Actions détenues :
3 200

Participation à des Comités permanents du conseil :
Comité d'audit

Compétences :
Direction Générale
Social
Gouvernance
M&A
Finance/Audit/Gestion des risques
Expérience internationale
Innovation/Digital

Mandats et fonctions exercés à la date du présent document d'enregistrement universel :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
- Agence France Presse (AFP) – Administratrice indépendante
- Knightly Investments – Présidente
- TF1 – Administratrice indépendante

Mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et qui ne sont plus occupés :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
- Iliad SA – Administratrice indépendante
- Adevinta – Présidente du Conseil d'administration
- Believe – Administratrice indépendante



Christophe Chenut

Administrateur indépendant

Christophe Chenut est diplômé de l'université Paris Dauphine et de l'Institut supérieur des affaires (ISA-MBA HEC). Dès la fin de ses études en 1986, M. Chenut a créé son agence de marketing direct « Directing », qu'il a vendue en 1993 au groupe DDB pour fusionner avec sa filiale RappCollins. Il prend la présidence de RappCollins France en 1993, puis Europe en 1998. Il est nommé Directeur Général du groupe DDB France en 2000, poste qu'il occupe jusqu'en 2003. M. Chenut a ensuite été Directeur Général de la SNC L'Équipe de 2003 à 2008, de Lacoste SA de 2008 à 2013, du journal *L'Opinion* (co–fondateur) de 2013 à 2015, de Comptoir des Cotonniers et de Princesse Tam Tam en 2015, et de Elite Model Management de 2016 à 2017. Il est actuellement Président de Christophe Chenut Conseil et Président du Conseil de surveillance de la société Hopscotch Groupe. M. Chenut a été membre du Conseil d'administration du Stade Rennais, d'Évian TG, du Paris Saint-Germain, de Lonsdale Agency et de Bonpoint. Il est membre du Conseil d'administration du LOSC Lille et de la société Ines de la Fressange Paris. Il est également conseiller senior pour plusieurs fonds d'investissement et firmes de M&A (Ryder & Davis, Calao, LinkSport, UI Investissement), ainsi que jusqu'en 2020 pour Artemis. Il est le Président de Dauphine Alumni.

Âge : 63 ans

Nationalité : Française

Date d'expiration du mandat : Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Actions détenues :
1 000

Participation à des Comités permanents du conseil :
Comité des nominations et des rémunérations

Compétences :
Direction Générale
Social
M&A
Expertise mode, luxe, retail

Mandats et fonctions exercés à la date du présent document d'enregistrement universel :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
- Christophe Chenut Conseil SAS – Président
- LOSC Lille – Administrateur
- Hopscotch Groupe – Président du Conseil de surveillance
- Inès de la Fressange – Administrateur
- Dauphine Alumni – Président
- Newtaco SAS - Membre du Comité stratégique

Mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et qui ne sont plus occupés :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
Néant



Natalia Nikolaidi

Administratrice indépendante

Natalia Nikolaidi est titulaire d'une licence (économie) de l'université de Yale, d'un doctorat en droit et d'une maîtrise en service extérieur de l'université de Georgetown, Washington, DC, et d'une maîtrise en droit européen du Collège d'Europe, à Bruges. Mme Nikolaidi a commencé sa carrière en exerçant au sein de grands cabinets d'avocats à New York, en se concentrant sur la finance d'entreprise. Elle a ensuite passé vingt-quatre ans chez Crédit Suisse, notamment en tant que responsable mondiale du département *Investment Banking Risks & Controls*. Elle y a été Directrice juridique de la division *Investment Banking & Capital Markets* de 2015 à 2020. Elle a été Directrice non exécutive, Présidente du Comité de gouvernance et des nominations et membre du Comité d'audit de la société ElvalHalcor S.A. cotée en Bourse (une entreprise industrielle grecque spécialisée dans la métallurgie). Elle est actuellement Directrice non exécutive, Présidente du Comité des rémunérations et des nominations, et Présidente du Comité RSE de la compagnie aérienne cotée en Bourse Aegean Airlines S.A. (membre de Star Alliance) depuis juillet 2021, ainsi que Directrice non exécutive et membre du Comité RSE de la société cotée en Bourse Metlen Energy & Metals S.A. (une entreprise industrielle internationale active dans la métallurgie, l'EPC, l'énergie électrique, le commerce du gaz et les solutions environnementales) depuis février 2021. Mme Nikolaidi est Administratrice non exécutive et membre du Comité d'audit et du risque de la société cotée en Bourse Titan Cement Group depuis mai 2022 et membre du réseau de conseillers seniors de Bain Consulting depuis novembre 2022.

Âge : 61 ans

Nationalité : Grecque

Date d'expiration du mandat : Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Actions détenues :
100

Participation à des Comités permanents du conseil :
Comité d'audit
Comité RSE

Compétences :
Environnement
Social
M&A
Finance/Audit/Gestion des risques
Expérience internationale

Mandats et fonctions exercés à la date du présent document d'enregistrement universel :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
- Dynamic Counsel Ltd. – Fondatrice et Présidente
- Aegean Airlines, S.A. – Administratrice non exécutive, Présidente du Comité des rémunérations et des nominations, Présidente du Comité RSE
- Metlen Energy & Metals S.A. – Administratrice non exécutive, membre du Comité RSE
- Titan Cement Group – Administratrice non exécutive, membre du Comité d'audit et du risque
- Bain Consulting – Membre du réseau de conseillers sénior
- Climate Governance Initiative, ONG (Grèce) - Administratrice

Mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et qui ne sont plus occupés :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
- Credit Suisse – Directrice juridique Investment Banking & Capital Markets
- ElvalHalcor S.A. – Administratrice non exécutive, Présidente du Comité de gouvernance et des nominations, membre du Comité d'audit



Xavier Véret

Administrateur indépendant

Xavier Véret est diplômé de l'université Paris Dauphine. M. Véret a démarré sa carrière dans l'audit chez Arthur Andersen (de 1990 à 1996) avant d'occuper plusieurs fonctions financières clés au sein du groupe Valeo entre 1996 et 2007, dont il pilotera notamment le retournement en 2001. M. Véret a ensuite créé la direction des participations chez LBO France (2007-2010), avant de prendre la direction du contrôle de gestion du groupe Casino (2010-2013) et enfin la Direction finance, achats et systèmes d'information de Presstalis (messagerie de presse) de 2013 à 2018, lors d'une de ses phases de restructuration. À partir de 2018, M. Véret s'investit dans différentes missions de transition à très forts enjeux, principalement dans des environnements de crise, de forte transformation, de retournement ou de restructuration. Il a par exemple été Directeur de la restructuration financière du Groupe Bourbon Offshore (leader des services maritimes à l'offshore pétrolier) jusqu'en septembre 2019, Directeur financier et de la transformation de Nutrixio puis du groupe Vivescia (groupe coopératif agricole et agroalimentaire de dimension internationale) entre octobre 2019 et octobre 2021, puis Directeur financier France au sein du groupe Colisée (maisons de retraite médicalisées, solutions d'accompagnement gériatrique) de novembre 2022 à mai 2023 et enfin Directeur de la transformation de la filière blé Episens du groupe InVivo pendant un an. Il est Managing Partner chez X-PM by Alixio (référence mondiale du management de transition) qu'il a rejoint en septembre 2023 en qualité de Directeur associé finance.

Âge : 59 ans

Nationalité : Française

Date d'expiration du mandat : Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Actions détenues :
100

Participation à des Comités permanents du conseil :
Comité d'audit

Compétences :
Direction Générale
M&A
Finance/Audit/Gestion des risques
Innovation/Digital

Mandats et fonctions exercés à la date du présent document d'enregistrement universel :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
– X-PM by Alixio – Managing Partner

Mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et qui ne sont plus occupés :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
– Nutrixio – Directeur financier et transformation
– Vivescia – Directeur financier et transformation
– Colisée France – Directeur financier
– InVivo – Directeur de la transformation filière blé



Atalay Atasu

Administrateur indépendant

Atalay Atasu est diplômé de l'Istanbul Technical University, de l'Université du Bosphore (Bogazici University) et de l'INSEAD. Il est professeur de technologie et de gestion des opérations à l'INSEAD. Ses recherches portent sur la gestion des opérations socialement et écologiquement responsables, avec des sujets d'intérêt tels que l'économie circulaire, la responsabilité élargie des producteurs et la réglementation environnementale. Ses recherches ont été publiées dans de nombreux magazines de référence. Il a reçu de nombreux prix, dont le *Wickham Skinner Best Paper Award* (lauréat 2007, finaliste 2014), le *Wickham Skinner Early Career Research Award* (2012), le *Paul Kleindorfer Award in Sustainability* (2013) et a été finaliste en 2021 du prix McKinsey du meilleur papier *Harvard Business Review*. Il a été rédacteur en chef du département des opérations durables de *Production and Operations Management* (POMS) et rédacteur en chef adjoint de *Manufacturing and Service Operations Management* (M&SOM), ainsi que Président de *Manufacturing and Service Operations Management Society*. Il est co-directeur et fondateur du programme de formation des cadres d'entreprise durable et de l'initiative d'entreprise durable de l'INSEAD.

Âge : 47 ans

Nationalité : Américaine (États-Unis)

Date d'expiration du mandat : Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2026

Actions détenues :
1 000

Participation à des Comités permanents du conseil :
Comité RSE
Comité des nominations et des rémunérations

Compétences :
Environnemental
Social
Expérience internationale
Innovation/Digital
Expertise mode, luxe, retail

Mandats et fonctions exercés à la date du présent document d'enregistrement universel :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
- INSEAD – Professeur
- Ecovadis – Membre du Conseil consultatif
- Acpit Consulting Inc. – Directeur

Mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et qui ne sont plus occupés :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
- Supply Chain Wizard – Membre du Conseil consultatif
- Bilkent University – Membre du Conseil consultatif



Lauren Schuller

Administratrice représentant les salariés

Lauren Schuller est diplômée de ESCP Europe en France et titulaire d'un master en finance de l'Université de Dauphine. Elle a débuté sa carrière en 2006 en lançant sa propre entreprise dans le secteur des vins et spiritueux, se concentrant principalement sur l'exportation vers l'Asie, suivie du rachat d'une société française existante de distribution de vins pour développer le marché français. Après près de dix ans d'entrepreneuriat, elle a décidé de rejoindre le groupe SMCP en 2015, d'abord en tant que responsable de l'aménagement international des magasins, puis de responsable du développement pour les quatre marques, et désormais en qualité de Directrice du développement international depuis septembre 2023.

Âge : 44 ans

Nationalité : Française

Date d'expiration du mandat : Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Participation à des Comités permanents du conseil :
Non

Compétences :
Expérience internationale
Expertise mode, luxe, retail

Mandats et fonctions exercés à la date du présent document d'enregistrement universel :

Au sein du Groupe :
- SMCP – Directrice du développement international

Hors Groupe :
- Equerre Conseil – Présidente

Mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et qui ne sont plus occupés :

Au sein du Groupe :
- SMCP – Responsable du développement international

Hors Groupe :
Néant



Jean Loez

Administrateur représentant les salariés

Jean Loez est titulaire d'un diplôme d'ingénieur textile obtenu à l'ESTIT (École supérieure des techniques industrielles et des textiles), et d'une formation en négociation internationale à HEC. Il a commencé sa carrière dans l'univers industriel textile, tout d'abord en tant que responsable qualité R&D, puis comme responsable d'usine au Maroc, et enfin Directeur industrialisation et logistique au sein du groupe Vanity Fair. Sa carrière se poursuit dès 1995 dans le prêt-à-porter au sein du groupe Mulliez en tant que chef de groupe achats et production. En 2004, M. Loez rejoint Comptoir des Cotonniers sur le poste de Directeur Production et Supply Chain, avant d'intégrer la maison Agnès B. en 2008 sur la même fonction. M. Loez rejoint ensuite SMCP en 2011 au poste de Directeur production et qualité chez Maje.

Âge : 60 ans

Nationalité : Française

Date d'expiration du mandat : Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2026

Participation à des Comités permanents du conseil :
Comité RSE

Compétences :
Environnement
Expérience internationale
Expertise mode, luxe, retail

Mandats et fonctions exercés à la date du présent document d'enregistrement universel :

Au sein du Groupe :
- Maje – Directeur production et qualité

Hors Groupe :
Néant

Mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et qui ne sont plus occupés :

Au sein du Groupe :
Néant

Hors Groupe :
Néant

Membres indépendants du Conseil d'administration

Six membres du Conseil d'administration sont indépendants au sens du Code Afep-MEDEF (soit plus de la moitié du Conseil d'administration, conformément aux exigences du Code Afep-MEDEF). Pour plus de détail, voir le paragraphe 4.1.2.3 « Indépendance des administrateurs » du présent document d'enregistrement universel.

DOMAINES PRINCIPAUX DE COMPÉTENCES ET D'EXPÉRIENCES DES ADMINISTRATEURS ET DU CENSEUR

Les administrateurs et le censeur ont une diversité de compétences et d'expériences dans des domaines clés pour le Groupe, qui sont identifiés dans le tableau ci-dessous :

		ESG							
	Direction générale	Environnement	Social	Gouvernance	M&A	Finance/ Audit/Gestion des risques	Expérience internationale	Innovation/ Digital	Expertise mode, luxe, retail
Christophe Cuvillier	X	X		X	X	X	X	X	X
Isabelle Guichot	X	X	X	X		X	X	X	X
Évelyne Chetrite	X		X	X			X		X
Judith Milgrom	X		X				X		X
Ilan Chetrite	X		X				X	X	X
Orla Noonan	X		X	X	X	X	X	X	
Christophe Chenut	X		X		X				X
Natalia Nikolaidi		X	X		X	X	X		
Xavier Véret	X				X	X		X	
Atalay Atasu		X	X				X	X	X
Lauren Schuller							X		X
Jean Loez		X					X		X

Plusieurs membres du Conseil d'administration ont des compétences variées et complémentaires sur les sujets environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG), acquises au cours de leurs expériences professionnelles, leur permettant d'appréhender de façon adéquate les enjeux mis en exergue dans le rapport de durabilité.

Représentation équilibrée des femmes et des hommes

Le Conseil d'administration comprend à la date du présent document d'enregistrement universel cinq membres de sexe féminin (sans compter l'administratrice représentant les salariés qui n'est pas prise en compte dans le calcul du taux de féminisation du Conseil, conformément aux dispositions légales applicables). Il est ainsi en conformité avec les dispositions de la loi n° 2011-103 du 27 janvier 2011 relative à la représentation équilibrée des femmes et des hommes au sein des Conseils d'administration et de surveillance et à l'égalité professionnelle.

Censeur

M. Ilan Chetrite est censeur au sein du Conseil d'administration de la Société. Ce mandat de censeur prendra fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos au 31 décembre 2028.

Monsieur Ilan Chetrite, en qualité de censeur, apporte au Conseil son expertise des métiers de la mode masculine, en particulier sa connaissance fine de cette industrie, sa vision créatrice et sa maîtrise des questions liées à la gestion de l'image. Ces compétences, auxquelles s'ajoutent notamment sa parfaite connaissance de l'ADN du Groupe, sont considérées par le Conseil comme étant très utiles. Pour ces raisons, la présence de Monsieur Chetrite en qualité de censeur au sein du Conseil de SMCP est jugée pertinente.

M. Ilan Chetrite a fait des études de finance à l'Université Paris-Dauphine avant de rejoindre Sandro en 2006. Il ouvre Sandro à la clientèle masculine en fondant Sandro Homme en 2007. Il en est le Directeur artistique depuis sa création. Il est aussi Directeur Général Délégué de la Société.

4.1.2.2 RÈGLES DE COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Les statuts de la Société prévoient que le Conseil d'administration de la Société comprend entre trois et dix-huit membres, sous réserve des dérogations prévues par la loi. À la date du présent document d'enregistrement universel, le Conseil d'administration est composé de 11 membres.

Conformément à l'article 16 des statuts, la durée des fonctions d'administrateurs est de quatre ans renouvelable. Cette durée est conforme aux recommandations du Code Afep-MEDEF. Par exception, l'Assemblée générale peut nommer certains administrateurs pour une durée inférieure à quatre ans ou, selon le cas, réduire la durée des fonctions de l'un ou de plusieurs administrateurs, afin de permettre un renouvellement échelonné des mandats des membres du Conseil d'administration. Les administrateurs ne doivent pas être âgés de plus de 75 ans (étant précisé que le nombre d'administrateurs ayant dépassé l'âge de 70 ans ne pourra être supérieur au tiers des administrateurs en fonction) et sont soumis aux dispositions législatives et réglementaires applicables en matière de cumul des mandats.

Les administrateurs sont nommés par l'Assemblée générale sur proposition du Conseil d'administration, qui lui-même reçoit les propositions du Comité des nominations et des rémunérations. Ils peuvent être révoqués à tout moment par l'Assemblée générale ordinaire. Le mandat de chaque administrateur expire à l'issue de la réunion de l'Assemblée générale ordinaire ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expire le mandat.

4.1.2.3 INDÉPENDANCE DES ADMINISTRATEURS

Conformément au Code Afep-MEDEF auquel la Société se réfère, le Conseil d'administration procède à l'évaluation de l'indépendance de chacun de ses membres (ou candidats) à l'occasion de chaque renouvellement ou nomination d'un membre du Conseil d'administration et au moins une fois par an avant la publication du rapport sur le gouvernement d'entreprise de la Société. Au cours de cette évaluation, le Conseil d'administration, après avis du Comité des nominations et des rémunérations, examine au cas par cas la qualification de chacun de ses membres (ou candidats) au regard des critères du Code Afep-MEDEF, des circonstances particulières et de la situation de l'intéressé par rapport à la Société. Les conclusions de cet examen sont portées à la connaissance des actionnaires dans le rapport annuel et, le cas échéant, à l'occasion de l'Assemblée générale lors de l'élection des membres du Conseil d'administration.

Lors de ses réunions du 20 mars 2025 et du 19 mars 2026, le Comité des nominations et des rémunérations a procédé à l'évaluation annuelle de l'indépendance des membres du Conseil d'administration au regard de l'ensemble des critères fixés par le Code Afep-MEDEF.

Les conclusions du Comité des nominations et des rémunérations ont été présentées et approuvées par le Conseil d'administration lors de ses réunions du 25 mars 2025 et du 23 mars 2026, qui a conclu qu'il comptait six membres indépendants : M. Christophe Cuvillier, Mme Orla Noonan, M. Christophe Chenut, Mme Natalia Nikolaidi, M. Xavier Véret et M. Atalay Atasu, soit plus de la moitié des administrateurs, en ligne avec la recommandation du Code Afep-MEDEF.

Le tableau ci-après synthétise l'analyse de la situation de chacun des administrateurs au regard des critères d'indépendance du Code Afep-MEDEF (à la date du présent document d'enregistrement universel) :



4.1.3 Fonctionnement du Conseil d'administration

4.1.3.1 RÈGLEMENT INTÉRIEUR

Le Conseil d'administration est doté d'un règlement intérieur destiné à préciser ses modalités de fonctionnement, en complément des dispositions légales et réglementaires applicables et des statuts de la Société. Sont également prévus, en annexe au règlement intérieur du Conseil d'administration, les règlements intérieurs du Comité d'audit, du Comité des nominations et des rémunérations et du Comité RSE.

Le règlement intérieur du Conseil d'administration s'inscrit dans le cadre des recommandations de place visant à garantir le respect des principes fondamentaux du gouvernement d'entreprise, et notamment ceux visés dans le Code Afep-MEDEF. Ce règlement intérieur décrit le mode de fonctionnement, les pouvoirs et les attributions du Conseil d'administration, et précise les règles de déontologie applicables à ses membres. Il prévoit notamment les règles applicables à la tenue des séances du Conseil d'administration, ainsi que les dispositions relatives à la fréquence des réunions, à la présence des administrateurs et à leurs obligations d'information en ce qui concerne les règles de cumul de mandats et de conflit d'intérêts.

Les statuts et le règlement intérieur de la Société sont disponibles sur le site Internet de la Société (www.smcp.com).

4.1.3.2 MISSIONS

La détermination des orientations stratégiques est la première mission du Conseil d'administration. Il examine et décide les opérations importantes. Les membres du Conseil d'administration sont informés de l'évolution des marchés, de l'environnement concurrentiel et des principaux enjeux, y compris dans le domaine de la responsabilité sociale et environnementale de la Société.

Le Conseil d'administration assume les missions et exerce les pouvoirs qui lui sont conférés par la loi, les statuts de la Société et le règlement intérieur du Conseil d'administration. Le Conseil d'administration détermine et apprécie les orientations, objectifs et performances de la Société et veille à leur mise en œuvre. Sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux Assemblées d'actionnaires et dans la limite de l'objet social, il se saisit de toute question intéressant la bonne marche de la Société et règle par ses délibérations les affaires qui la concernent.

Le Conseil d'administration procède également aux contrôles et vérifications qu'il juge opportuns et peut se faire communiquer les documents qu'il estime utiles à l'accomplissement de sa mission.

Le Conseil d'administration fixe la limitation des pouvoirs du Directeur Général, le cas échéant, aux termes de son règlement intérieur, en visant les opérations pour lesquelles l'autorisation préalable du Conseil d'administration est requise (pour plus de détail, voir le paragraphe 4.1.1 « Les organes de direction » du présent document d'enregistrement universel).

Le Conseil d'administration veille à la bonne gouvernance d'entreprise de la Société et du Groupe, dans le respect des principes et pratiques de responsabilité sociétale du Groupe et de ses dirigeants mandataires sociaux et collaborateurs.

Le Conseil d'administration veille à ce que les actionnaires et les investisseurs reçoivent une information pertinente, équilibrée et pédagogique sur la stratégie, le modèle de développement, la prise en compte des enjeux extra-financiers significatifs pour la Société ainsi que sur ses perspectives à long terme.

Le règlement intérieur définit les modalités d'information des administrateurs. Il précise notamment que le Président du Conseil d'administration fournit aux membres du Conseil d'administration, sous un délai suffisant et sauf urgence, l'information ou les documents en sa possession leur permettant d'exercer utilement leur mission. Tout membre du Conseil d'administration qui n'a pas été mis en mesure de délibérer en connaissance de cause a le devoir d'en faire part au Conseil d'administration et d'exiger l'information indispensable à l'exercice de sa mission.

4.1.3.3 ORGANISATION ET TRAVAUX DU CONSEIL

Réunions et délibérations du Conseil d'administration

Le règlement intérieur du Conseil d'administration prévoit les modalités de réunion du Conseil d'administration. Ainsi, le Conseil d'administration est convoqué par son Président ou l'un de ses membres désigné par le Président par tout moyen écrit. L'auteur de la convocation fixe l'ordre du jour de la réunion.

Le Conseil d'administration se réunit au moins quatre (4) fois par an et, à tout autre moment, aussi souvent que l'intérêt de la Société l'exige. La périodicité et la durée des séances doivent être telles qu'elles permettent un examen et une discussion approfondis des matières relevant de la compétence du Conseil d'administration.

Les réunions du Conseil d'administration sont présidées par le Président. En cas d'absence du Président, elles sont présidées par un membre du Conseil d'administration désigné par le Conseil d'administration.

Le Conseil d'administration ne délibère valablement que si la moitié au moins de ses membres sont présents. Sont réputés présents, pour les calculs du quorum et de la majorité, les membres participant aux réunions par des moyens de visioconférence ou de télécommunication permettant leur identification et garantissant leur participation effective, dans les conditions prévues par les dispositions législatives et réglementaires applicables.

Chaque réunion du Conseil d'administration et des comités mis en place par ce dernier doit être d'une durée suffisante afin de débattre utilement et de manière approfondie de l'ordre du jour. Les décisions sont prises à la majorité des membres présents ou représentés. En cas de partage des voix, la voix du Président de séance est prépondérante.

Le règlement intérieur du Conseil d'administration rappelle également les obligations incombant aux membres du Conseil d'administration, telles qu'elles sont décrites dans le Code Afep-MEDEF. Le règlement intérieur prévoit notamment que les membres du Conseil d'administration peuvent bénéficier, lors de leur nomination, d'une formation complémentaire sur les spécificités de la Société et des sociétés qu'elle contrôle, leurs métiers et leur secteur d'activité et qu'ils peuvent ponctuellement entendre les principaux dirigeants de la Société, lesquels peuvent être appelés à assister aux réunions du Conseil d'administration.

Il est prévu enfin que le Conseil d'administration soit régulièrement informé de la situation financière, de la situation de la trésorerie ainsi que des engagements de la Société et du Groupe, et que le Président et le Directeur Général communiquent de manière permanente aux administrateurs toute information concernant la Société dont ils ont connaissance et dont ils jugent la communication utile ou pertinente. Le Conseil d'administration et les comités ont en outre la possibilité d'entendre des experts dans les domaines relevant de leur compétence respective.

En application du règlement intérieur, chaque membre du Conseil d'administration a l'obligation de faire part au Conseil de toute situation de conflit d'intérêts, même potentiel, et doit s'abstenir de participer au vote de la délibération correspondante.

Fonctionnement du Conseil d'administration

(a) Composition : membres du Conseil d'administration au 31 décembre 2025

Le tableau ci-dessous reflète la composition du Conseil d'administration de la Société au 31 décembre 2025 :

	Informations personnelles			Expérience	Position au sein du Conseil					Participation à des comités permanents du Conseil		
Nom	**Âge**	**Sexe**	**Nationalité**	**Nombre de mandats dans des sociétés cotées**	**Indépendance**	**Date de première nomination**	**Date de l'Assemblée générale décidant la dernière nomination**	**Date d'expiration du mandat**	**Ancienneté au Conseil**	**Comité d'audit**	**Comité des nominations et des rémunérations**	**Comité RSE**
Christophe Cuvillier Président du Conseil d'administration	63	M	FR	1	✓	17/06/2021	12/06/2025	Juin 2029	4,5 ans		P	
Isabelle Guichot Directeur Général Administratrice	61	F	FR	1		02/08/2021	12/06/2025	Juin 2029	4,4 ans			●
Évelyne Chetrite Directrice Générale Déléguée Administratrice	67	F	FR	1		05/10/2017	12/06/2025	Juin 2029	8,2 ans			
Judith Milgrom Directrice Générale Déléguée Administratrice	61	F	FR	1		05/10/2017	12/06/2025	Juin 2029	8,2 ans			
Orla Noonan Administratrice	56	F	FR IE	2	✓	05/10/2017	21/06/2023	Juin 2027	8,2 ans	P		
Christophe Chenut Administrateur	63	M	FR	2	✓	14/01/2022	14/01/2022	11/06/2026	3,9 ans		●	
Natalia Nikolaidi Administratrice	61	F	GR	4	✓	14/01/2022	14/01/2022	11/06/2026	3,9 ans	●		●
Xavier Véret Administrateur	59	M	FR	1	✓	14/01/2022	14/01/2022	11/06/2026	3,9 ans	●		
Atalay Atasu Administrateur	47	M	US	1	✓	21/06/2023	21/06/2023	Juin 2027	2,5 ans		●	P
Lauren Schuller Administratrice représentant les salariés - Directrice du développement international	44	F	FR	1		18/06/2018	N/A [1]	Juin 2026	7,5 ans			
Jean Loez Administrateur représentant les salariés - Directeur production et qualité	60	M	FR	1		01/03/2023	N/A [1]	Juin 2027	2,7 ans			●

(1) Mme Lauren Schuller et M. Jean Loez ont été nommés par le Comité social et économique de SMCP.

La liste des autres mandats ainsi que les renseignements personnels concernant les membres du Conseil d'administration dont le mandat est en cours au 9 avril 2026 sont indiqués au paragraphe 4.1.2.1 « Conseil d'administration ».

COMPOSITION À LA DATE DU PRÉSENT DOCUMENT D'ENREGISTREMENT UNIVERSEL

Au 9 avril 2026, le Conseil d'administration de la Société était composé des mêmes membres qu'au 31 décembre 2025, listés ci-dessus (voir paragraphe 4.1.2.1 « Conseil d'administration »). Par ailleurs, M. Ilan Chetrite est censeur au sein du Conseil d'administration de la Société.

La composition du Conseil à la date du présent document d'enregistrement universel est conforme à la recommandation du Code Afep-MEDEF qui préconise que la part des administrateurs indépendants doit être d'au moins la moitié dans les sociétés dépourvues d'actionnaires de contrôle. La composition du Conseil d'administration est aussi conforme à la recommandation de l'Autorité des marchés financiers sur la diversification des administrateurs en termes d'expérience internationale ; un tiers des administrateurs sont ainsi de nationalité étrangère.

Conformément à l'article L. 225-27-1 du Code de commerce, et dans la mesure où le Conseil d'administration comprend plus de huit administrateurs, le Conseil d'administration doit comprendre au moins deux administrateurs représentant les salariés, désignés par le Comité social et économique du Groupe. Mme Lauren Schuller a été désignée administratrice représentant les salariés par le Comité social et économique le 16 octobre 2018, puis renouvelée dans ces fonctions par le Comité social et économique le 12 mai 2022. Le mandat de Madame Schuller arrivant à expiration, la nomination d'un administrateur représentant les salariés pour une durée de quatre ans est à l'ordre du jour du Comité social et économique du 16 avril 2026. M. Jean Loez a été désigné administrateur représentant les salariés par le Comité social et économique de SMCP le 16 février 2023 et est entré en fonction le 1er mars 2023.

MODIFICATION AU SEIN DU CONSEIL À L'ISSUE DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU 11 JUIN 2026

Lors de l'Assemblée générale qui sera convoquée pour le 11 juin 2026, à l'occasion de laquelle les mandats d'administrateurs de M. Christophe Chenut, Mme Natalia Nikolaidi et M. Xavier Véret arrivent à expiration, les actionnaires de la Société seront appelés à se prononcer sur le renouvellement pour une durée de deux années des mandats d'administrateurs de M. Christophe Chenut, Mme Natalia Nikolaidi et M. Xavier Véret.

CINQUIÈME RÉSOLUTION
(Renouvellement du mandat d'administrateur de Monsieur Christophe Chenut)

L'Assemblée générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, sur proposition du Conseil d'administration, renouvelle, avec effet à l'issue de la présente Assemblée générale, le mandat d'administrateur de Monsieur Christophe Chenut pour une durée de deux années qui expirera à l'issue de l'Assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2027.

SIXIÈME RÉSOLUTION
(Renouvellement du mandat d'administrateur de Madame Natalia Nikolaidi)

L'Assemblée générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, sur proposition du Conseil d'administration, renouvelle, avec effet à l'issue de la présente Assemblée générale, le mandat d'administrateur de Madame Natalia Nikolaidi pour une durée de deux années qui expirera à l'issue de l'Assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2027.

SEPTIÈME RÉSOLUTION
(Renouvellement du mandat d'administrateur de Monsieur Xavier Véret)

L'Assemblée générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, sur proposition du Conseil d'administration, renouvelle, avec effet à l'issue de la présente Assemblée générale, le mandat d'administrateur de Monsieur Xavier Véret pour une durée de deux années qui expirera à l'issue de l'Assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2027.

(b) Activités du Conseil d'administration au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Le Conseil d'administration s'est réuni à cinq reprises en 2025. Le taux de présence pour l'ensemble des administrateurs a été de 98 %.

Le tableau ci-après présente le taux d'assiduité par administrateur aux séances du Conseil d'administration :

Administrateur	Présence en séance	Nombre total de séances	Taux d'assiduité individuel
Christophe Cuvillier	5	5	100 %
Isabelle Guichot	5	5	100 %
Évelyne Chetrite	5	5	100 %
Judith Milgrom	5	5	100 %
Orla Noonan	5	5	100 %
Christophe Chenut	5	5	100 %
Natalia Nikolaidi	5	5	100 %
Xavier Véret	5	5	100 %
Atalay Atasu	5	5	100 %
Lauren Schuller	4	5	80 %
Jean Loez	5	5	100 %

Le Conseil d'administration a notamment examiné les points suivants :

- résultats financiers 2024 ;
- réunion des administrateurs indépendants ;
- rémunérations variables 2024 et salaires 2025 ;
- livraison et attribution d'actions gratuites ;
- rémunération des membres du Conseil ;
- composition et évaluation du Conseil ; indépendance de ses membres ;
- approbation du document d'enregistrement universel 2024 ; rapport sur le gouvernement d'entreprise ;
- rapport de durabilité 2024 ;
- approbation d'un programme de rachat d'actions ;
- convocation de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires pour le 12 juin 2025 ;
- renouvellement pour une durée de quatre ans du mandat de Président du Conseil d'administration de M. Christophe Cuvillier, de celui de la Direction Générale et du mandat de censeur de M. Ilan Chetrite ;
- approbation des résultats du premier semestre 2025 ;
- approbation du business plan ;
- approbation du budget 2026 ;
- attribution d'actions gratuites ;
- approbation des objectifs RSE 2026.

(c) Description de la politique de diversité au sein du Conseil d'administration au sens de l'article L. 22-10-10 2° du Code de commerce

Le Conseil veille à l'équilibre de sa composition et de celle des comités qu'il constitue en son sein, notamment en termes de diversité (expériences internationales, expertises). À partir des recommandations faites par le Comité des nominations et des rémunérations, les administrateurs sont nommés en fonction de leurs qualifications, de leurs compétences professionnelles et de leur indépendance d'esprit lors des Assemblées générales ou par cooptation.

Les administrateurs de la Société viennent d'horizons différents et disposent d'expérience et de compétences variées reflétant ainsi les objectifs du Conseil d'administration.

La présentation de chaque administrateur et de leurs principaux domaines de compétences et d'expériences faite au paragraphe 4.1.2.1 du document d'enregistrement universel permet de mieux appréhender cette diversité et complémentarité.

(d) Informations sur la représentation équilibrée des femmes et des hommes au sein du Conseil d'administration

Au 31 décembre 2025, le Conseil d'administration comptait cinq femmes (hors représentants des salariés) : Mme Isabelle Guichot, Mme Évelyne Chetrite, Mme Judith Milgrom, Mme Orla Noonan et Mme Natalia Nikolaidi, représentant 56 % des administrateurs. En cas d'adoption par l'Assemblée générale des actionnaires du 11 juin 2026 des cinquième à septième résolutions, aux termes desquelles M. Christophe Chenut, Mme Natalia Nikolaidi et M. Xavier Véret seraient renouvelés en tant qu'administrateurs pour un mandat de deux ans, le Conseil d'administration compterait toujours cinq femmes représentant 56 % des administrateurs (hors représentants des salariés).

La Société se conforme ainsi aux dispositions de la loi n° 2011-103 du 27 janvier 2011 relative à la représentation équilibrée des femmes et des hommes au sein des Conseils d'administration et de surveillance et à l'égalité professionnelle, et la proportion d'administrateurs de sexe féminin est supérieure à 40 %, conformément aux dispositions de l'article L. 225-18-1 et L. 22-10-3 du Code de commerce.

Mme Lauren Schuller et M. Jean Loez, administrateurs représentant les salariés, ne sont pas pris en compte pour le calcul de la proportion des administrateurs de chaque sexe en application des dispositions de l'article L. 225-27-1 du Code de commerce.

(e) Évaluation annuelle du Conseil d'administration

Le règlement intérieur du Conseil d'administration prévoit les modalités selon lesquelles le Conseil d'administration doit évaluer sa capacité à répondre aux attentes des actionnaires en analysant périodiquement sa composition, son organisation et son fonctionnement. À cette fin, une fois par an, le Conseil d'administration doit, sur rapport du Comité des nominations et des rémunérations, consacrer un point de son ordre du jour à l'évaluation de ses modalités de fonctionnement, à la vérification que les questions importantes sont convenablement préparées et débattues au sein du Conseil d'administration, ainsi qu'à la mesure de la contribution effective de chaque membre aux travaux du Conseil d'administration au regard de sa compétence et de son implication dans les délibérations. Cette évaluation est réalisée sur la base de réponses à un questionnaire individuel et anonyme adressé à chacun des membres du Conseil d'administration, une fois par an.

En 2025, le Conseil d'administration a confié à un prestataire externe la conduite de l'évaluation de son fonctionnement, en s'appuyant sur un questionnaire en ligne et des entretiens individuels réalisés au premier trimestre 2025 avec l'ensemble de ses membres, le Directeur Administratif et Financier et le Secrétaire Général. Il ressort de cette évaluation que le fonctionnement du Conseil d'administration de SMCP est satisfaisant, notamment dans le contexte relatif à la situation actionnariale complexe du groupe ; certains points font ainsi l'objet d'un consensus fort de la part des administrateurs (parmi lesquels le leadership de son Président, la cohésion et la bonne entente entre ses membres, et un bon niveau d'efficacité et de formalisme de ses réunions). Les points d'amélioration prioritaires identifiés sont liés à la capacité du Conseil à accroître le temps consacré aux discussions liées à la stratégie du groupe et à appuyer sa transformation opérationnelle, dans un contexte d'évolution très rapide du paysage concurrentiel. Une présentation récapitulant les points clés de l'évaluation et les recommandations à prendre en compte a été faite par le prestataire externe au Comité des nominations et des rémunérations du 20 mars 2025 et au Conseil d'administration du 25 mars 2025. Un rapport complet a par ailleurs été remis au Conseil, contenant le compte rendu des conclusions et des recommandations suggérées à l'attention du Conseil, l'analyse des résultats du questionnaire en ligne et des commentaires formulés lors des entretiens ainsi que l'évaluation de la conformité de la gouvernance de SMCP aux meilleures pratiques de gouvernance.

En 2026, le Conseil d'administration a procédé à l'évaluation de sa composition, de son organisation et de son fonctionnement, de ses comités, de la contribution individuelle de ses membres et de la mise en oeuvre des recommandations faites antérieurement, par voie de questionnaire, puis de discussion portant sur l'analyse des résultats des questionnaires lors de la réunion du Conseil d'administration du 23 mars 2026. D'une façon générale, les administrateurs ont considéré ces éléments comme étant satisfaisants, mettant notamment l'accent sur la transparence des discussions au sein du Conseil, la qualité des interactions avec la Direction générale et la valeur ajoutée des travaux des Comités. Les résultats de cette évaluation ont permis de constater que les points d'amélioration prioritaires identifiés l'année précédente avaient été pris en compte et de dégager de nouvelles pistes d'amélioration qui feront l'objet d'un suivi au cours de l'année 2026.

Rémunération des administrateurs

Aux termes de l'article 6 de son règlement intérieur, le Conseil d'administration, sur recommandation du Comité des nominations et des rémunérations, répartit librement entre ses membres indépendants la rémunération fixée par l'Assemblée générale des actionnaires, en tenant compte de la participation effective des administrateurs au Conseil d'administration et dans les comités spécialisés. Une quote-part fixée par le Conseil d'administration et prélevée sur cette rémunération est versée aux membres indépendants des comités spécialisés, également en tenant compte de la participation effective de ceux-ci aux réunions desdits comités spécialisés.

Les critères de répartition de la rémunération des administrateurs sont présentés au paragraphe 4.2.1.3 « Rémunération des administrateurs » du présent document d'enregistrement universel.

Censeur

Aux termes de l'article 16 des statuts, le Conseil d'administration peut nommer un ou plusieurs censeurs, dans la limite d'un nombre maximal de trois. Les censeurs sont des personnes physiques ou morales, choisies parmi les actionnaires ou en dehors d'eux. La durée des fonctions des censeurs est de quatre années sauf démission ou cessation anticipée des fonctions décidée par le Conseil. Les modalités d'exercice de la mission des censeurs, en ce compris leur éventuelle rémunération, sont arrêtées par le Conseil d'administration. Les censeurs sont rééligibles. Ils sont convoqués aux réunions du Conseil d'administration et prennent part aux délibérations avec voix consultative. Les obligations prévues dans le règlement intérieur du Conseil d'administration de la Société applicables aux administrateurs et relatives à la prévention des conflits d'intérêts s'appliquent, *mutatis mutandis*, aux censeurs. Les censeurs n'assistent ainsi aux débats au sein du Conseil que s'ils ne sont pas en situation de conflits d'intérêts, y compris potentiels. Ils sont destinataires des mêmes informations que les administrateurs sur les sujets règlementaires et connaissent notamment la règlementation relative aux abus de marché, en ce compris les règles d'abstention de communication d'une information privilégiée.

Le mandat de censeur de M. Ilan Chetrite, Directeur Général Délégué de la Société, a été renouvelé par le Conseil d'administration du 12 juin 2025 pour une durée de quatre ans prenant fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos au 31 décembre 2028.

4.1.4 Les comités

Introduction : les comités spécialisés du Conseil d'administration

En vue de l'assister dans certaines de ses missions et de concourir efficacement à la préparation de certains sujets spécifiques soumis à son approbation, le Conseil d'administration de la Société a décidé la création de trois comités du Conseil d'administration : un Comité d'audit et un Comité des nominations et des rémunérations, décidés lors de sa réunion du 23 octobre 2017, puis un Comité RSE, décidé lors de sa réunion du 23 mars 2023. Chacun de ces comités est doté d'un règlement intérieur (annexé au règlement intérieur du Conseil d'administration).

Les réunions des comités spécialisés du Conseil d'administration font l'objet de comptes rendus réguliers au Conseil d'administration. La composition de ces comités spécialisés, détaillée ci-dessous, est conforme aux recommandations du Code Afep-MEDEF.

A la suite de la prise de possession temporaire par Glas SAS (London branch) d'une partie des actions SMCP détenues par European TopSoho S.à r.l (voir le paragraphe 7.1.2 du document d'enregistrement universel), le Conseil d'administration de la Société a en outre décidé, lors de sa réunion du 25 janvier 2022, la création d'un Comité *ad hoc* en son sein pour piloter une réflexion sur la recomposition de son capital en vue de stabiliser et de consolider son actionnariat, dans le strict respect de l'intérêt de l'entreprise, de ses salariés et de l'ensemble de ses actionnaires.

4.1.4.1 COMITÉ D'AUDIT

(a) Composition du Comité d'audit au 31 décembre 2025

Aux termes de l'article 2 de son règlement intérieur, le Comité d'audit est composé d'au moins trois membres, dont les deux tiers au moins sont désignés parmi les membres indépendants du Conseil d'administration, sur proposition du Comité des nominations et des rémunérations. La composition du Comité d'audit peut être modifiée par le Conseil d'administration et, en tout état de cause, est obligatoirement modifiée en cas de changement de la composition générale du Conseil d'administration. En particulier, conformément aux dispositions légales applicables, les membres du comité doivent disposer de compétences particulières en matière financière et/ou comptable. La durée du mandat des membres du Comité d'audit coïncide avec celle de leur mandat de membre du Conseil d'administration. Il peut faire l'objet d'un renouvellement en même temps que ce dernier.

Le Président du Comité d'audit est désigné, après avoir fait l'objet d'un examen particulier, par le Conseil d'administration sur proposition du Comité des nominations et des rémunérations parmi les membres indépendants. Le Comité d'audit ne peut comprendre aucun dirigeant mandataire social. Le Comité d'audit est présidé par un administrateur indépendant.

Au 31 décembre 2025, le Comité d'audit comptait trois membres : Mme Orla Noonan (Présidente et administratrice indépendante), Mme Natalia Nikolaidi (administratrice indépendante) et M. Xavier Véret (administrateur indépendant).

(b) Missions du Comité d'audit

Aux termes de l'article 1er du règlement intérieur du Comité d'audit, la mission du Comité d'audit est d'assurer le suivi des questions relatives à l'élaboration et au contrôle des informations comptables et financières, et de s'assurer de l'efficacité du dispositif de suivi des risques et de contrôle interne opérationnel, afin de faciliter l'exercice par le Conseil d'administration de ses missions de contrôle et de vérification en la matière.

Dans ce cadre, le Comité d'audit exerce notamment les missions principales suivantes :

- le suivi du processus d'élaboration de l'information financière ;
- le suivi de l'efficacité des systèmes de contrôle interne, d'audit interne et de gestion des risques relatifs à l'information financière et comptable ;
- le suivi du contrôle légal des comptes sociaux et consolidés par les commissaires aux comptes de la Société ;
- la revue des conventions réglementées ; et
- le suivi de l'indépendance des commissaires aux comptes.

Aux termes de son règlement intérieur, le Comité d'audit rend compte régulièrement de l'exercice de ses missions au Conseil d'administration et l'informe sans délai de toute difficulté rencontrée.

En tant que garant de l'ensemble du reporting de la Société (financier et extra-financier), le Comité d'audit est fortement impliqué dans l'application de la directive européenne CSRD (*Corporate Sustainaibility Reporting Directive*) et du Rapport de durabilité associé. Il a bénéficié, comme l'ensemble des membres du Conseil d'administration, d'une formation à la CSRD et aux ESRS, dispensée par des experts du cabinet auditeur de durabilité. Il a revu l'analyse initiale de double matérialité, et valide chaque année sa mise à jour, incluant notamment l'identification des IRO (impacts, risques et opportunités) jugés matériels pour la Société. Plus généralement, le Comité d'audit se réunit périodiquement avec les membres du Comité RSE afin de suivre l'implémentation et le suivi de la directive CSRD au sein du Groupe, en ce qui concerne tant le reporting de durabilité que le bon déroulement des plans d'actions associés : progrès réalisés, indicateurs clés (niveaux actuels ainsi que les niveaux cibles que la Société se fixe). Dans ce cadre, il entend les équipes RSE et Finance de la Société ainsi que l'auditeur de durabilité, et rend compte de ces discussions au Conseil d'administration. Ainsi, il se réunit chaque année avec le Comité RSE afin de revoir le Rapport de durabilité, d'entendre la synthèse des diligences mises en œuvre par les auditeurs dans le cadre de leur revue de ce rapport, et de préparer l'approbation du rapport par le Conseil d'administration.

(c) Réunions et travaux du Comité d'audit au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Aux termes de son règlement intérieur, le Comité d'audit se réunit au moins deux fois par an à l'occasion de la préparation des comptes annuels et des comptes semestriels.

Pendant l'année 2025, le Comité d'audit s'est réuni trois fois.

Le taux de présence pour l'ensemble des administrateurs a été de 100 % à ces séances.

Le tableau ci-après présente le taux d'assiduité par administrateur aux réunions du Comité d'audit :

Administrateur	Présence en séance	Nombre total de séances	Taux d'assiduité individuel
Orla Noonan	3	3	100 %
Natalia Nikolaidi	3	3	100 %
Xavier Véret	3	3	100 %

Le Comité d'audit a notamment examiné les points suivants :

- présentation des états financiers de l'exercice ;
- rapport des commissaires aux comptes sur les états financiers de l'exercice ;
- présentation des résultats du premier semestre ;
- rapport des commissaires aux comptes sur les états financiers du premier semestre ;
- présentation des commissaires aux comptes sur le processus de clôture de fin d'année ;
- présentation de la matrice des risques du Groupe ;
- présentation de l'état d'avancement du plan d'audit et de contrôle interne ;
- présentation du plan d'audit et de contrôle interne 2026 ;
- présentation des résultats de la campagne d'évaluation du contrôle interne ;
- information du Comité sur la réforme de la facturation électronique et son implémentation dans le Groupe ;
- présentation de la synthèse des travaux de l'auditeur de durabilité sur le rapport de durabilité (CSRD).

4.1.4.2 COMITÉ DES NOMINATIONS ET DES RÉMUNÉRATIONS

(a) Composition du Comité des nominations et des rémunérations au 31 décembre 2025

Aux termes de l'article 2 de son règlement intérieur, le Comité des nominations et des rémunérations est composé d'au moins trois membres dont plus de la moitié sont des membres indépendants du Conseil d'administration. Ils sont désignés par le Conseil d'administration parmi ses membres et en considération notamment de leur indépendance et de leur compétence en matière de sélection ou de rémunération des dirigeants mandataires sociaux de sociétés cotées. La composition du comité peut être modifiée par le Conseil d'administration, et est, en tout état de cause, obligatoirement modifiée en cas de changement de la composition générale du Conseil d'administration. La durée du mandat des membres du Comité des nominations et des rémunérations coïncide avec celle de leur mandat de membre du Conseil d'administration. Il peut faire l'objet d'un renouvellement en même temps que ce dernier.

Au 31 décembre 2025, le Comité des nominations et des rémunérations comptait trois membres, tous indépendants : M. Christophe Cuvillier (Président et administrateur indépendant), M. Christophe Chenut (administrateur indépendant) et M. Atalay Atasu (administrateur indépendant).

(b) Missions du Comité des nominations et des rémunérations

Aux termes de l'article 1er de son règlement intérieur, le Comité des nominations et des rémunérations est un comité spécialisé du Conseil d'administration dont les missions principales sont d'assister celui-ci dans (i) la composition des instances dirigeantes de la Société et de son Groupe et (ii) la détermination et l'appréciation régulière de l'ensemble des rémunérations et avantages des dirigeants mandataires sociaux ou cadres dirigeants du Groupe, en ce compris tous avantages différés et/ou indemnités de départ volontaire ou forcé du Groupe. Dans le cadre de ses missions en matière de nominations, le Comité exerce notamment les missions suivantes :

- propositions de nomination des membres du Conseil d'administration, de la Direction Générale et des comités du Conseil d'administration ;
- veille et actualisation des plans de succession applicables aux dirigeants mandataires sociaux, en examinant périodiquement les scénarios de succession et en soumettant au Conseil d'administration ses recommandations afin d'anticiper toute évolution de la gouvernance ; et
- évaluation annuelle de l'indépendance des membres du Conseil d'administration.

Dans le cadre de ses missions en matière de rémunérations, il exerce notamment les missions suivantes :

- examen et proposition au Conseil d'administration concernant l'ensemble des éléments et conditions de la rémunération des principaux dirigeants du Groupe ;
- examen et proposition au Conseil d'administration concernant la méthode de répartition de la rémunération des administrateurs ; et
- consultation pour recommandation au Conseil d'administration sur toutes rémunérations exceptionnelles afférentes à des missions exceptionnelles qui seraient confiées, le cas échéant, par le Conseil d'administration à certains de ses membres.

(c) Réunions et travaux du Comité des nominations et des rémunérations au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Aux termes de son règlement intérieur, le Comité des nominations et des rémunérations se réunit autant que de besoin et, en tout état de cause, au moins deux fois par an, préalablement à la réunion du Conseil d'administration se prononçant sur la situation des membres du Conseil d'administration au regard des critères d'indépendance adoptés par la Société et, en tout état de cause, préalablement à toute réunion du Conseil d'administration se prononçant sur la fixation de la rémunération des dirigeants mandataires sociaux exécutifs ou sur la répartition de la rémunération des administrateurs.

Pendant l'année 2025, le Comité des nominations et des rémunérations s'est réuni deux fois.

Le taux de présence pour l'ensemble des administrateurs a été de 100 % à ces séances.

Le tableau ci-après présente le taux d'assiduité par administrateur aux réunions du Comité des nominations et des rémunérations :

Administrateur	Présence en séance	Nombre total de séances	Taux d'assiduité individuel
Christophe Cuvillier	2	2	100 %
Christophe Chenut	2	2	100 %
Atalay Atasu	2	2	100 %

Le Comité des nominations et des rémunérations a notamment examiné les points suivants :

- atteinte des critères pour les rémunérations variables 2024 ;
- augmentation de salaires 2025 ;
- rémunération des membres du Conseil ;
- composition du Conseil ; indépendance de ses membres ;
- rapport du prestataire externe sur l'évaluation du Conseil ;
- livraison et attribution d'actions gratuites ;
- objectifs RSE 2026 dans les critères de rémunération ;
- augmentation de salaires 2026 ;
- attribution d'actions gratuites.

4.1.4.3 COMITÉ RSE

(a) Composition du Comité RSE au 31 décembre 2025

Aux termes de l'article 2 de son règlement intérieur, le Comité RSE est composé d'au moins quatre membres, dont la moitié sont des membres indépendants du Conseil d'administration et un membre est le Directeur Général de la Société. À l'exception de ce dernier, les membres sont désignés par le Conseil d'administration, sur proposition du Comité des nominations et des rémunérations. La composition du comité peut être modifiée par le Conseil d'administration, et est, en tout état de cause, obligatoirement modifiée en cas de changement de la composition générale du Conseil d'administration. La durée du mandat des membres du Comité RSE coïncide avec celle de leur mandat de membre du Conseil d'administration. Il peut faire l'objet d'un renouvellement en même temps que ce dernier.

Le Président du Comité RSE est désigné parmi les membres indépendants du Conseil d'administration.

Au 31 décembre 2025, le Comité RSE comptait les quatre membres suivants : M. Atalay Atasu (Président et administrateur indépendant), Mme Isabelle Guichot (administratrice et Directeur Général), Mme Natalia Nikolaidi (administratrice indépendante) et M. Jean Loez (administrateur représentant les salariés).

(b) Missions du Comité RSE

Aux termes de l'article 1er de son règlement intérieur, le Comité RSE assure la gouvernance et le suivi des projets sociaux, sociétaux et environnementaux du Groupe ainsi que la préparation des décisions du Conseil d'administration en la matière. Dans ce cadre, le Comité RSE a notamment pour missions :

- de s'assurer de la prise en compte des sujets relevant de la responsabilité sociale, sociétale et environnementale (tels que les politiques de promotion de la diversité, de respect des droits humains ou de réduction de l'empreinte carbone) dans la stratégie du Groupe et dans sa mise en œuvre ;
- d'examiner la déclaration de performance extra-financière (désormais le « Rapport de durabilité ») en matière sociale, sociétale et environnementale ;
- d'examiner les avis émis par les investisseurs, analystes, agences de notation, proxys et autres tiers et, le cas échéant, le potentiel plan d'action établi par la Société aux fins d'améliorer les points soulevés en matière sociale, sociétale et environnementale ;
- d'examiner et d'évaluer la pertinence des engagements et des orientations stratégiques pluriannuelles du Groupe, présentés par la Direction générale, en matière sociale et environnementale, au regard des enjeux propres à son activité et à ses objectifs, et de suivre leur mise en œuvre ;
- de proposer au Comité des nominations et des rémunérations les objectifs de développement durable à prendre en compte dans la rémunération variable court terme et long terme des mandataires ainsi que des managers éligibles aux attributions d'options de souscription ou d'achat d'actions ou d'actions de performance ;
- d'examiner et d'évaluer chaque année la stratégie climatique du Groupe et ses résultats et, le cas échéant, de s'assurer de l'adaptation de ses objectifs ou de son plan d'action au vu notamment de l'évolution de cette stratégie ; et
- de veiller à ce que la stratégie climatique et les plans d'actions du Groupe en matière de développement durable soient correctement pris en compte et modélisés dans les ambitions du Groupe, notamment dans ses budgets et ses business plans.

Dans le cadre de la mise en œuvre de la CSRD, le Comité RSE a participé à l'adoption de l'analyse de double matérialité (voir paragraphe 4.1.4.1 (b) « Missions du Comité d'audit »). Il a par ailleurs été tenu informé de l'avancement de la mise en place du reporting de durabilité, des indicateurs présentés dans ce dernier, ainsi que des plans d'actions associés. Des ateliers CSRD ont été en outre organisés en présence des membres du Comité d'audit et du Comité RSE afin de suivre la mise en application de cette directive.

(c) Réunions et travaux du Comité RSE au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Aux termes de son règlement intérieur, le Comité RSE se réunit autant que de besoin et, en tout état de cause, au moins deux fois par an.

Pendant l'année 2025, le Comité RSE s'est réuni deux fois. Le taux de présence pour l'ensemble des administrateurs a été de 100 % à ces séances.

Le tableau ci-après présente le taux d'assiduité par administrateur aux réunions du Comité RSE :

Administrateur	Présence en séance	Nombre total de séances	Taux d'assiduité individuel
Atalay Atasu	2	2	100 %
Isabelle Guichot	2	2	100 %
Natalia Nikolaidi	2	2	100 %
Jean Loez	2	2	100 %

Le comité RSE a notamment examiné les points suivants :

- revue des atteintes des objectifs RSE de 2024 ;
- certification B Corp de Claudie Pierlot ;
- objectifs RSE 2026 dans les critères de rémunération ;
- présentation sur les évolutions réglementaires ;
- présentation de la synthèse des travaux de l'auditeur de durabilité sur le rapport de durabilité (CSRD).

4.1.4.4 COMITÉ *AD HOC*

À la suite du défaut d'European TopSoho S.à r.l. sur ses obligations échangeables et de la prise de possession par Glas SAS (London Branch), *Trustee* au titre de ces obligations, d'une partie des actions nanties à ce titre (voir le paragraphe 7.1.2 du présent document d'enregistrement universel), un Comité *ad hoc* a été créé par décision du Conseil d'administration de la Société du 25 janvier 2022 pour piloter une réflexion sur la recomposition de son capital en vue de stabiliser et de consolider son actionnariat, dans le strict respect de l'intérêt de l'entreprise, de ses salariés et de l'ensemble de ses actionnaires. À la date du présent document d'enregistrement universel, ce comité est constitué de Mme Orla Noonan, qui le préside, de M. Christophe Cuvillier et de M. Xavier Véret, tous administrateurs indépendants au sens du Code Afep-MEDEF.

4.1.5 Déclarations relatives aux membres des organes d'administration et de direction et conflits d'intérêts

DÉCLARATIONS RELATIVES AUX ORGANES D'ADMINISTRATION

Mme Évelyne Chetrite, administratrice et Directrice Générale Déléguée, est la sœur de Mme Judith Milgrom, également administratrice et Directrice Générale Déléguée. Mme Évelyne Chetrite est par ailleurs la mère de M. Ilan Chetrite, censeur et Directeur Général Délégué de la Société. En dehors de ces circonstances, il n'existe, à la connaissance de la Société, aucun autre lien familial entre les membres du Conseil d'administration, le Directeur Général et les Directeurs Généraux Délégués.

En outre, à la connaissance de la Société, au cours des cinq dernières années : (i) aucune condamnation pour fraude n'a été prononcée à l'encontre d'un membre du Conseil d'administration, du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués, (ii) aucune mise en cause et/ou sanction publique officielle n'a été prononcée à l'encontre d'un membre du Conseil d'administration, du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués par des autorités statutaires ou réglementaires (y compris des organismes professionnels désignés), (iii) aucun des membres du Conseil d'administration, du Directeur Général ou des Directeurs Généraux Délégués n'a été déchu par un tribunal d'exercer la fonction de membre d'un organe d'administration, de direction ou de surveillance d'un émetteur ni d'intervenir dans la gestion ou la conduite des affaires d'un émetteur et (iv) aucun des membres de Conseil d'administration, du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués n'a été associé à une faillite, mise sous séquestre ou liquidation ou placement d'entreprises sous administration judiciaire.

CONFLITS D'INTÉRÊTS

À la connaissance de la Société, il n'existe pas à la date du présent document d'enregistrement universel, de conflits d'intérêts potentiels entre les devoirs des membres du Conseil d'administration, du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués à l'égard de la Société et leurs intérêts privés et/ou d'autres devoirs.

INFORMATIONS SUR LES ACCORDS OU ARRANGEMENTS LIANT LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À LA SOCIÉTÉ OU À L'UNE QUELCONQUE DE SES FILIALES

À la connaissance de la Société, il n'existe pas, à la date du présent document d'enregistrement universel, d'arrangement ou accord conclu avec les principaux actionnaires ou avec des clients, fournisseurs ou autres, en vertu duquel l'un des membres du Conseil d'administration, le Directeur Général ou l'un des Directeurs Généraux Délégués a été sélectionné en tant que membre d'un organe d'administration, de direction ou de surveillance ou en tant que membre de la Direction Générale.

ACTIONS DÉTENUES PAR LES ADMINISTRATEURS

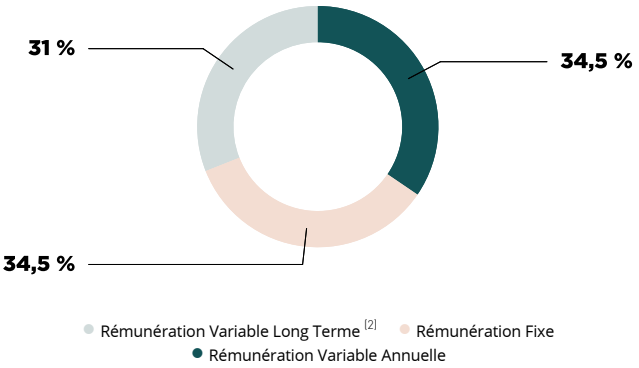
Aux termes de l'article 16 des statuts de la Société, chaque membre du Conseil d'administration (à l'exception des administrateurs représentant les salariés) doit être propriétaire d'au moins 100 actions de la Société pendant toute la durée de son mandat et en tout état de cause au plus tard dans les six mois postérieurement à sa nomination. Les prêts de consommation d'actions par la Société aux membres du Conseil d'administration ne sont pas admis aux fins de satisfaire cette obligation. Au moment de l'accession à leurs fonctions, les membres du Conseil d'administration doivent mettre les titres qu'ils détiennent au nominatif. Il en est de même de tout titre acquis ultérieurement.

Le nombre d'actions détenues par les administrateurs est détaillé aux paragraphes 4.1.2.1 et 7.1.6 du présent document d'enregistrement universel.

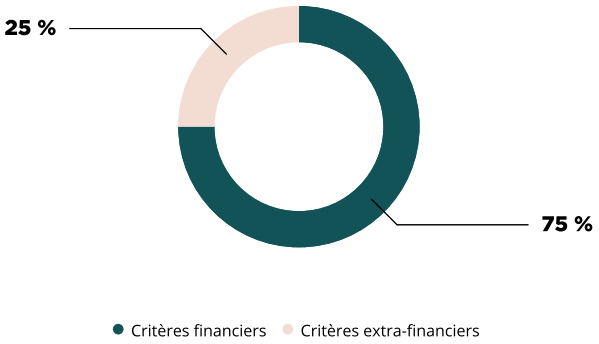
4.2 Rémunérations et avantages

Éléments composant la rémunération 2026 des dirigeants mandataires sociaux exécutifs (1)

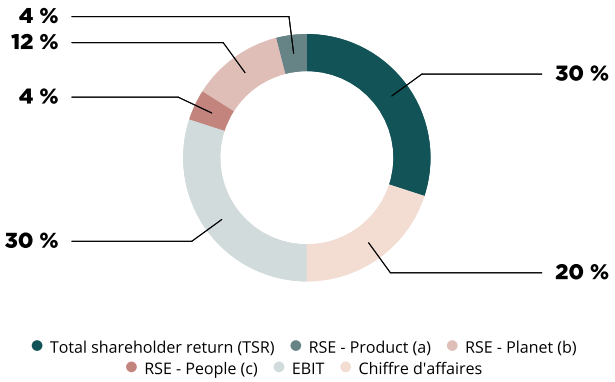
Directeur Général et Directeurs Généraux Délégués



Répartition des critères de la rémunération variable annuelle du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués



Répartition des critères de la rémunération variable long terme du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués



(a) RSE - Product – Traçabilité des matières premières naturelles stratégiques jusqu'au pays de culture ou d'élevage d'origine
(b) RSE - Planet – Consommation annuelle en électricité totalement renouvelable et réduction de l'empreinte carbone entre 2022 et 2026, conformément à l'engagement SBTi
(c) RSE - People – Atteindre un niveau de satisfaction de nos collaborateurs sur la projection de carrière conforme aux objectifs SMCP.

Éléments composant la rémunération 2026 des membres indépendants du Conseil d'administration

Pour leur participation au Conseil d'administration		
	Fixe	**Variable**
Président	150 000 €	-
Autres Administrateurs indépendants	20 000 €	4 000 € (pour chaque présence aux réunions du Conseil)

Pour leur participation aux comités permanents du Conseil				
	Fixe		**Variable**	
Rémunération	**Président**	**Membre**	**Président**	**Membre**
Comité d'audit	7 000 €	4 500 €	3 500 €	2 000 €
Comité des nominations et des rémunérations	4 000 €	2 000 €	3 500 €	2 000 €
Comité RSE	4 000 €	2 000 €	3 500 €	2 000 €

Part variable en fonction :
- De la participation aux réunions des comités (par réunion)
- De la fonction au sein du ou des comités (membre/président)

(1) En cas d'atteinte des objectifs à 100 %
(2) Actions gratuites de performance attribuées au 1er janvier 2026, valorisées sur la base de la moyenne du cours SMCP des 4 derniers mois avant le Conseil d'administration du 10 décembre 2025.

4.2.1 Politique de rémunération des mandataires sociaux pour 2026

Les développements qui suivent constituent la politique de rémunération des mandataires sociaux de la Société pour 2026. Ils décrivent notamment les composantes de la rémunération fixe et variable et expliquent le processus de décision suivi pour sa détermination, sa révision et sa mise en œuvre.

Conformément aux dispositions de l'article L. 22-10-8 du Code de commerce, la politique de rémunération présentée ci-dessous est soumise à l'approbation de l'Assemblée générale mixte des actionnaires qui sera convoquée pour le 11 juin 2026.

Il est rappelé que la dernière approbation annuelle de la politique de rémunération des dirigeants mandataires sociaux de la Société a eu lieu lors de l'Assemblée générale mixte des actionnaires du 12 juin 2025.

4.2.1.1 PRINCIPES GÉNÉRAUX

Principes et processus de décision suivis pour la détermination, la révision et la mise en œuvre de la politique de rémunération du Groupe

La politique de rémunération du Groupe vise, en conformité avec l'intérêt social de la Société, et en cohérence avec les pratiques de marché, à assurer des niveaux de rémunération équitables et compétitifs tout en veillant à conserver un lien fort avec la performance de l'entreprise et à maintenir l'équilibre entre performance court terme et performance long terme, au soutien de la stratégie commerciale et de la pérennité du Groupe.

La politique de rémunération des dirigeants mandataires sociaux de la Société, soit, à la date du présent document d'enregistrement universel, M. Christophe Cuvillier, en tant que Président du Conseil d'administration, Mme Isabelle Guichot, en tant que Directeur Général, Mmes Évelyne Chetrite et Judith Milgrom, ainsi que M. Ilan Chetrite, en tant que Directeurs Généraux Délégués, est approuvée par le Conseil d'administration après examen et avis du Comité des nominations et rémunérations. Le Conseil d'administration fait application des recommandations du Code Afep-MEDEF, modifié en décembre 2022, relatives à la rémunération des dirigeants mandataires sociaux des sociétés cotées.

Dans ce contexte, le Conseil d'administration fixe les principes de détermination de la rémunération du Président du Conseil d'administration, du Directeur Général, des Directeurs Généraux Délégués et des administrateurs de la Société en veillant tout particulièrement au respect des principes suivants :

- principe d'équilibre et de mesure : il est veillé à ce que chaque élément de la rémunération du Président du Conseil d'administration, du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués soit clairement motivé et qu'aucun de ces éléments ne soit disproportionné ;
- principe de compétitivité : il est veillé à ce que la rémunération du Président du Conseil d'administration, du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués soit compétitive, notamment par le biais d'enquêtes sectorielles de rémunération ;
- principe d'alignement des intérêts : la politique de rémunération constitue à la fois un outil de gestion destiné à attirer, motiver et retenir les talents nécessaires à l'entreprise, mais répond également aux attentes des actionnaires et des autres parties prenantes de l'entreprise, notamment en matière de lien avec la performance ;
- principe de performance : la rémunération du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués est étroitement liée à la performance de l'entreprise, notamment au moyen d'une rémunération variable mesurée chaque année. Le paiement de cette partie variable est subordonné à la réalisation de plusieurs objectifs exigeants, lisibles, simples et mesurables, directement liés à la performance du Groupe. Il est précisé que ces éléments variables annuels n'entraînent aucun paiement minimal garanti. Ils reposent, sous réserve d'approbation de la politique de rémunération par l'Assemblée générale des actionnaires qui sera convoquée le 11 juin 2026, sur un ou plusieurs critères de performance financiers. Ces critères financiers comprennent (i) l'atteinte d'un niveau cible d'Adjusted EBIT Groupe, d'Adjusted EBIT EMEA et d'un ratio Free Cash Flow Groupe par rapport à l'Adjusted EBITDA Groupe pour le Directeur Général; (ii) l'atteinte d'un niveau cible d'Adjusted EBIT Groupe, d'Adjusted EBIT EMEA, d'Adjusted EBIT d'une marque et d'un ratio Free Cash Flow Groupe par rapport à l'Adjusted EBITDA Groupe pour les Directeurs Généraux Délégués. À ces critères de performance financiers s'ajoutent des objectifs extra-financiers, en cohérence avec la stratégie RSE du Groupe, visant, d'une part, à accroître la part de produits plus responsables ainsi que celle des matières recyclées au sein des collections ; d'autre part, à poursuivre l'accompagnement du déploiement de la stratégie du Groupe en matière de politique handicap, et enfin, à déployer en Europe un système d'évaluation des emplois contribuant à renforcer la transparence et l'équité des pratiques de rémunération.

Le Conseil d'administration, sur proposition du Comité des nominations et des rémunérations, détermine :

- à la fin de chaque exercice, le montant de leur rémunération fixe annuelle brute pour l'exercice suivant, ainsi que, le cas échéant, le plafond de leur rémunération annuelle variable au titre de l'exercice suivant et les critères de performance sur la base desquels cette dernière sera calculée ;
- au début de chaque exercice, le montant de leur rémunération annuelle variable due au titre de l'exercice précédent en fonction de l'atteinte des objectifs applicables.

Par ailleurs, afin d'associer le Directeur Général et les Directeurs Généraux Délégués à la performance sur le long terme, une partie de leur rémunération est constituée d'actions gratuites de performance. Cette composante de la rémunération long terme est directement liée à la performance du Groupe puisque le nombre d'actions définitivement attribuées, à l'issue de la période d'acquisition de trois ans, est fonction des performances sur la base de l'atteinte d'un niveau cible d'Adjusted EBIT Groupe à hauteur de 30 % et de chiffre d'affaires Groupe à hauteur de 20 %, d'un objectif TSR (*Total Shareholder Return*) à hauteur de 30 % et d'objectifs RSE à hauteur de 20 %. Ces objectifs RSE, dont les éléments quantitatifs ou qualitatifs sont fixés chaque année par le Conseil d'administration, sont basés sur les trois axes stratégiques SMCProduct, SMCPlanet et SMCPeople détaillés au paragraphe 3.1.3.1 du présent document d'enregistrement universel, qui guident le Groupe pour construire sa stratégie RSE.

Enfin, dans le cadre du dispositif dit du *say on pay*, la politique de rémunération des mandataires sociaux de la Société ainsi que les éléments de rémunération et les avantages qui leur ont été attribués au cours de l'exercice écoulé, décrits dans le présent chapitre 4, sont soumis annuellement, conformément aux dispositions des articles L. 22-10-8 et L. 22-10-34 du Code de commerce, à l'approbation de l'Assemblée générale des actionnaires de la Société.

Comme indiqué ci-dessus, l'article L. 22-10-34 I du Code de commerce prévoit un vote des actionnaires sur les informations mentionnées au I de l'article L. 22-10-9 du Code de commerce portant sur l'ensemble des rémunérations versées au cours, ou attribuées au titre, de l'exercice précédent aux mandataires sociaux à raison de leur mandat. En cas de rejet de cette résolution par l'Assemblée générale, le Conseil d'administration soumet une politique de rémunération révisée, tenant compte du vote des actionnaires, à l'approbation de la prochaine Assemblée générale. Le versement de la somme allouée aux administrateurs et mandataires sociaux pour l'exercice en cours est suspendu jusqu'à l'approbation de la politique révisée. Si l'Assemblée générale n'approuve pas le projet de résolution présentant la politique de rémunération révisée, la somme suspendue ne peut être versée, et les mêmes effets que ceux associés à la désapprobation du projet de résolution mentionné ci-avant s'appliquent.

Ainsi, les informations mentionnées dans la présente section 4.2 seront soumises au vote des actionnaires en application de l'article L. 22–10–34 I du Code de commerce au titre de l'approbation des informations mentionnées au I de l'article I de l'article L. 22-10-9 du Code de commerce (« *say on pay* » dit « *ex-post* » global). Pour les dirigeants mandataires sociaux, les informations qui les concernent seront également soumises au vote des actionnaires en application de l'article L. 22-10-34 II du Code de commerce (« *say on pay* » dit « *ex-post* » individuel). En cas de rejet de cette résolution par l'Assemblée générale, les éléments fixes de rémunération du dirigeant mandataire social concerné resteraient acquis mais les éléments de rémunération variables ne pourraient lui être versés.

Le Conseil d'administration pourra déroger, après avoir consulté le Comité des nominations et des rémunérations, de manière temporaire, à la politique de rémunération du Directeur Général et/ou des Directeurs Généraux Délégués de la Société en cas de circonstances exceptionnelles et hors du contrôle de la Direction Générale décrites ci-dessous ayant un impact significatif sur l'atteinte d'un ou plusieurs critères de performance et dans la mesure où les changements apportés sont conformes à l'intérêt social et nécessaires pour garantir la pérennité ou la viabilité de la Société. Le Conseil d'administration, dans un tel contexte exceptionnel, pourra déroger aux conditions de performance applicables à la rémunération variable annuelle ainsi qu'à la rémunération variable long terme (notamment aux attributions d'actions gratuites), dans la limite des plafonds déjà votés par le Conseil d'administration. Les événements concernés comprennent notamment un changement significatif du périmètre du Groupe ou une crise économique ou sanitaire majeure impactant le secteur d'activité du Groupe (avec par exemple la fermeture de points de vente physiques dans les pays où le Groupe exerce ses activités, comme cela a pu être le cas lors de la crise de la Covid-19). Cette possibilité de dérogation laissée au Conseil d'administration lui permettra de s'assurer de l'adéquation de la mise en œuvre de la politique de rémunération du Directeur Général et/ou des Directeurs Généraux Délégués de la Société avec leur performance. Le Conseil justifiera de l'usage de cette dérogation, qui sera communiqué aux actionnaires et soumis à leur vote contraignant, lors de la prochaine Assemblée générale annuelle de la Société. La dérogation ne serait que temporaire dans l'attente de l'approbation de la politique de rémunération modifiée par la prochaine Assemblée générale.

Conformément aux termes des règlements des plans d'actions gratuites de performance, le Conseil d'administration de SMCP peut ajuster les conditions de performance en cas de circonstances exceptionnelles justifiant une telle modification, notamment en cas de crises économiques ou d'événements géopolitiques ayant un impact significatif sur le secteur d'activité du Groupe, ou toute autre circonstance justifiant un tel ajustement, afin de neutraliser dans la mesure du possible, les conséquences de ces modifications sur l'objectif fixé lors de l'attribution initiale.

Pour l'exercice clos au 31 décembre 2026, le Conseil d'administration lors de ses réunions du 10 décembre 2025 et du 23 mars 2026, sur proposition du Comité des nominations et des rémunérations, a décidé de ne pas modifier la rémunération fixe et variable du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués de la Société.

Évolutions notables apportées à la politique de rémunération

Pour tenir compte de la restitution des 12 106 939 actions à European TopSoho S.à r.l. le 11 août 2025 (voir le paragraphe 7.1.2 du document d'enregistrement universel), le Conseil d'administration soumet à l'approbation de l'Assemblée générale du 11 juin 2026 une modification du calcul de la rémunération exceptionnelle du Directeur Général liée au processus de cession annoncé le 27 novembre 2025 des 40 135 102 actions SMCP, ainsi que sa prolongation jusqu'au 31 décembre 2027 (voir le paragraphe 4.2.1.2(d) du document d'enregistrement universel). Le calcul du versement de la partie fixe de cette rémunération exceptionnelle serait le suivant :

- versement de 100% en cas de (i) vente ou transfert (a) des 40 135 102 actions SMCP, ou (b) d'un bloc permettant à un ou à plusieurs acquéreurs agissant de concert de détenir au moins 30 % du capital de SMCP, ou (ii) dépôt d'une (ou d'annonce de l'intention de déposer une) offre publique d'achat par un ou des acquéreurs ;
- versement entre 20 % et 100 % en cas de vente ou transfert d'entre 8 000 000 et 40 135 102 des actions SMCP susvisées, *avec* interpolation linéaire entre ces deux seuils.

4.2.1.2 RÉMUNÉRATION DES DIRIGEANTS MANDATAIRES SOCIAUX

Éléments composant la rémunération des dirigeants mandataires sociaux

La structure de rémunération des dirigeants mandataires sociaux pour l'exercice 2026 serait inchangée par rapport à l'exercice précédent et composée des trois agrégats principaux suivants : la rémunération fixe, la rémunération variable annuelle et la rémunération variable long terme.

(a) Une rémunération fixe

Le Conseil d'administration, sur proposition du Comité des nominations et des rémunérations, détermine la rémunération annuelle fixe du Président du Conseil d'administration, du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués au regard notamment d'une étude détaillée des rémunérations fixes et variables des dirigeants de sociétés comparables réalisée par la Société.

M. Christophe Cuvillier (administrateur indépendant), Président du Conseil d'administration, bénéficie d'une rémunération fixe annuelle brute de 150 000 euros au titre de ce mandat.

La rémunération fixe annuelle du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués pour l'année 2026 reste inchangée par rapport à celle adoptée par le Conseil d'administration en 2025 :

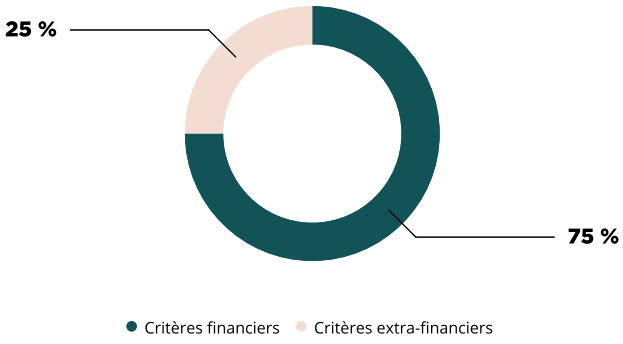
- 800 000 euros pour Mme Isabelle Guichot au titre de son mandat de Directeur Général de SMCP SA ;
- 995 000 euros pour Mme Évelyne Chetrite, au titre de son mandat de Directrice Générale Déléguée de SMCP SA, du mandat d'Évelyne Chetrite SASU en tant que Président de la société Sandro Andy SAS et en tant que Directrice Artistique de Sandro Femme ;
- 995 000 euros pour Mme Judith Milgrom, au titre de son mandat de Directrice Générale Déléguée de SMCP SA, du mandat de Judith Milgrom SASU en tant que Président de la société Maje SAS et en tant que Directrice Artistique de Maje ;
- 650 000 euros pour M. Ilan Chetrite, au titre de ses mandats de Directeur Général Délégué de SMCP SA, de Directeur Général de Sandro Andy SAS et en tant que Directeur Artistique de Sandro Homme.

(b) Une rémunération variable annuelle (court terme)

Le Président du Conseil d'administration ne reçoit aucune rémunération variable au titre de son mandat.

Le Conseil d'administration, sur proposition du Comité des nominations et des rémunérations, détermine la rémunération variable annuelle du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués sur la base de plusieurs critères.

Répartition des critères de la rémunération variable annuelle du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués



CRITÈRES DE LA RÉMUNÉRATION VARIABLE ANNUELLE DE MME ISABELLE GUICHOT, DIRECTEUR GÉNÉRAL

Mme Isabelle Guichot bénéficiera d'une rémunération variable annuelle soumise à des conditions de performance. Cette rémunération variable s'élève à un montant de 800 000 euros si les objectifs sont atteints, soit 100% de la rémunération fixe annuelle. Les objectifs financiers sont liés à hauteur de 40 % à l'atteinte d'un niveau cible d'Adjusted EBIT Groupe, à hauteur de 20 % à l'atteinte d'un niveau cible d'Adjusted EBIT EMEA et à hauteur de 15 % à l'atteinte d'un niveau cible de ratio Free Cash Flow [1] Groupe par rapport à l'Adjusted EBITDA Groupe. Les objectifs extra-financiers sont liés à hauteur de 25 % à l'atteinte d'objectifs définis par le Conseil d'administration du 23 mars 2026.

La rémunération variable de Mme Guichot est également soumise à une condition de présence au 31 décembre de chaque année.

Directeur Général	Niveau d'atteinte des objectifs	% de paiement
Objectifs financiers (75 %)		
Adjusted EBIT Groupe (40 %)	80 %	0 %
	84 %	8 %
	86 %	14 %
Adjusted EBIT EMEA (20 %)	90 %	30 %
	100 %	100 %
Ratio Free Cash Flow (FCF) Groupe vs Adjusted EBITDA Groupe (15 %)	< 80 % FCF cible & 80 % du ratio	0 %
	84 %	8 %
	86 %	14 %
	90 %	30 %
	100 %	100 %

Il est précisé que le pourcentage de paiement entre chaque plage de la grille est défini par interpolation linéaire.

Directeur Général	Niveau d'atteinte des objectifs	% de paiement
Objectifs extra-financiers (25 %)		
Product - Part de produits plus responsables (12,5%)	- 2 pts vs Objectif	80 %
	Objectif	100 %
Planet - Part de matières recyclées (6,25%)	80 % vs Objectif	50 %
	90 % vs Objectif	80 %
	Objectif	100 %
People - Système de classification des emplois (2,5%)	Objectif	100 %
People - Politique handicap (3,75%)	N-1	50 %
	90 % vs Objectif	80 %
	Objectif	100 %

Il est précisé que le pourcentage de paiement entre chaque plage de la grille est défini par interpolation linéaire. Il est également indiqué qu'une surperformance sur un objectif extra-financier peut compenser la sous-performance d'un autre objectif extra-financier, dans la limite des pondérations définies pour chaque critère.

En cas de surperformance, la rémunération variable est plafonnée à 150% de la rémunération fixe annuelle (ouvrant donc droit au maximum à 50% supplémentaire). Compte tenu du poids des critères financiers, ils peuvent à eux seul permettre le paiement de l'intégralité de la surperformance (voir tableaux ci-dessous). Dans ce cas, il ne sera pas tenu compte d'une éventuelle surperformance des objectifs extra-financiers.

Directeur Général	Niveau d'atteinte des objectifs	% de paiement
Surperformance des objectifs financiers		
Adjusted EBIT Groupe (53,3 %)	>100 %	>0 %
	110 %	50 %
Adjusted EBIT EMEA (26,7 %)	112,5 %	59,5 %
Ratio Free Cash Flow Groupe vs Adjusted EBITDA Groupe (20 %)	>100 %	>0 %
	112 %	12%

Il est précisé que le pourcentage de paiement entre chaque plage de la grille est défini par interpolation linéaire.

Directeur Général	Niveau d'atteinte des objectifs	% de paiement
Surperformance des objectifs extra-financiers		
Product - Part de produits plus responsables (12,5%)	>Objectif	>0 %
	+ 2 pts vs Objectif	20 %
Planet - Part de matières recyclées (6,25%)	>Objectif	>0 %
	120 % vs Objectif	20 %
People - Système de classification des emplois (2,5%)	NA	NA
People - Politique handicap (3,75%)	>Objectif	>0 %
	120 % vs Objectif	20 %

Il est précisé que le pourcentage de paiement entre chaque plage de la grille est défini par interpolation linéaire.

(1) Free cash flow opérationnel avant intérêts et impôt sur les sociétés.

CRITÈRES DE LA RÉMUNÉRATION VARIABLE ANNUELLE DES DIRECTEURS GÉNÉRAUX DÉLÉGUÉS

• Mme Evelyne Chetrite, Directrice Générale Déléguée :

Mme Évelyne Chetrite bénéficiera d'une rémunération variable annuelle versée au titre des mandats sociaux de Mme Évelyne Chetrite en tant que Directrice Générale Déléguée de SMCP SA et d'Évelyne Chetrite SASU en tant que Président de la société Sandro Andy SAS et en tant que Directrice Artistique de Sandro Femme, soumise à des conditions de performance. Cette rémunération variable s'élève à un montant de 995 000 euros si les objectifs sont atteints, soit 100% de la rémunération fixe annuelle. Au regard du rôle joué par Mme Évelyne Chetrite à la fois dans la direction de la marque Sandro et en tant que Directrice Générale Déléguée du Groupe, les objectifs financiers sont liés à hauteur de 20 % à l'atteinte d'un niveau cible d'Adjusted EBIT Groupe, à hauteur de 20 % à l'atteinte d'un niveau cible d'Adjusted EBIT EMEA, à hauteur de 20 % à l'atteinte d'un niveau cible d'Adjusted EBIT de la marque Sandro et à hauteur de 15 % à l'atteinte d'un niveau cible de ratio Free Cash Flow [1] Groupe par rapport à l'Adjusted EBITDA Groupe. Les objectifs extra-financiers sont liés à hauteur de 25 % à l'atteinte d'objectifs définis par le Conseil d'administration du 23 mars 2026.

• Mme Judith Milgrom, Directrice Générale Déléguée :

Mme Judith Milgrom bénéficiera d'une rémunération variable annuelle versée au titre des mandats sociaux de Mme Judith Milgrom en tant que Directrice Générale Déléguée de SMCP SA et de Judith Milgrom SASU en tant que Président de la société Maje SAS et en tant que Directrice Artistique de Maje, soumise à des conditions de performance. Cette rémunération variable s'élève à un montant de 995 000 euros si les objectifs sont atteints, soit 100% de la rémunération fixe annuelle. Au regard du rôle joué par Mme Judith Milgrom à la fois dans la direction de la marque Maje et en tant que Directrice Générale Déléguée du Groupe, les objectifs financiers sont liés à hauteur de 20 % à l'atteinte d'un niveau cible d'Adjusted EBIT Groupe, à hauteur de 20 % à l'atteinte d'un niveau cible d'Adjusted EBIT EMEA, à hauteur de 20 % à l'atteinte d'un niveau cible d'Adjusted EBIT de la marque Maje et à hauteur de 15 % à l'atteinte d'un niveau cible de ratio Free Cash Flow Groupe [1] par rapport à l'Adjusted EBITDA Groupe. Les objectifs extra-financiers sont liés à hauteur de 25 % à l'atteinte d'objectifs définis par le Conseil d'administration du 23 mars 2026.

• M. Ilan Chetrite, Directeur Général Délégué :

M. Ilan Chetrite bénéficiera d'une rémunération variable annuelle versée au titre de ses mandats sociaux de Directeur Général Délégué de SMCP SA et de Directeur Général de la société Sandro Andy SAS et en tant que Directeur Artistique de Sandro Homme, soumise à conditions de performance. Cette rémunération variable s'élève à un montant de 650 000 euros si les objectifs sont atteints, soit 100% de la rémunération fixe annuelle. Les objectifs financiers sont liés à hauteur de 20 % à l'atteinte d'un niveau cible d'Adjusted EBIT Groupe, à hauteur de 20 % à l'atteinte d'un niveau cible d'Adjusted EBIT EMEA, à hauteur de 20 % à l'atteinte d'un niveau cible d'Adjusted EBIT de la marque Sandro Homme et à hauteur de 15 % à l'atteinte d'un niveau cible de ratio Free Cash Flow [1] Groupe par rapport à l'Adjusted EBITDA Groupe. Les objectifs extra-financiers sont liés à hauteur de 25 % à l'atteinte d'objectifs définis par le Conseil d'administration du 23 mars 2026.

Directeurs Généraux Délégués	Niveau d'atteinte des objectifs	% de paiement
Objectifs financiers (75 %)		
Adjusted EBIT Groupe (20 %)	80 %	0 %
	84 %	8 %
Adjusted EBIT EMEA (20 %)	86 %	14 %
	90 %	30 %
Adjusted EBIT Marque (20 %)	100 %	100 %
Ratio Free Cash Flow (FCF) Groupe vs Adjusted EBITDA Groupe (15 %)	< 80 % FCFcible & 80 % du ratio	0 %
	84 %	8 %
	86 %	14 %
	90 %	30 %
	100 %	100 %

Il est précisé que le pourcentage de paiement entre chaque plage de la grille est défini par interpolation linéaire.

Directeurs Généraux Délégués	Niveau d'atteinte des objectifs	% de paiement
Objectifs extra-financiers (25 %)		
Product - Part de produits plus responsables (12,5%)	- 2 pts vs Objectif	80 %
	Objectif	100 %
Planet - Part de matières recyclées (6,25%)	80 % vs Objectif	50 %
	90 % vs Objectif	80 %
	Objectif	100 %
People - Système de classification des emplois (2,5%)	Objectif	100 %
People - Politique handicap (3,75%)	N-1	50 %
	90 % vs Objectif	80 %
	Objectif	100 %

Il est précisé que le pourcentage de paiement entre chaque plage de la grille est défini par interpolation linéaire. Il est également indiqué qu'une surperformance sur un objectif extra-financier peut compenser la sous-performance d'un autre objectif extra-financier, dans la limite des pondérations définies pour chaque critère.

(1) Free cash flow opérationnel avant intérêts et impôt sur les sociétés.

En cas de surperformance, la rémunération variable est plafonnée à 200% de la rémunération fixe annuelle (ouvrant donc droit au maximum à 100% supplémentaire). Compte tenu du poids des critères financiers, ils peuvent à eux seul permettre le paiement de l'intégralité de la surperformance (voir tableaux ci-dessous). Dans ce cas, il ne sera pas tenu compte d'une éventuelle surperformance des objectifs extra-financiers.

Directeurs Généraux Délégués	Niveau d'atteinte des objectifs	% de paiement
Surperformance des objectifs financiers		
Adjusted EBIT Groupe (26,7 %)	>100 %	>0 %
Adjusted EBIT EMEA (26,7 %)	110 % 112,5 % 125 %	50 % 59,5 % 122 %
Adjusted EBIT Brand (26,7 %)		
Ratio Free Cash Flow Groupe vs Adjusted EBITDA Groupe (20 %)	>100 % 112 %	>0 % 12 %

Il est précisé que le pourcentage de paiement entre chaque plage de la grille est défini par interpolation linéaire.

Directeurs Généraux Délégués	Niveau d'atteinte des objectifs	% de paiement
Surperformance des objectifs extra-financiers		
Product - Part de produits plus responsables (12,5%)	>Objectif + 2 pts vs Objectif	>0 % 20 %
Planet - Part de matières recyclées (6,25%)	>Objectif 120 % vs Objectif	>0 % 20 %
People - Système de classification des emplois (2,5%)	NA	NA
People - Politique handicap (3,75%)	>Objectif 120 % vs Objectif	>0 % 20 %

Il est précisé que le pourcentage de paiement entre chaque plage de la grille est défini par interpolation linéaire.

Pour l'exercice 2026, le Conseil d'administration du 23 mars 2026, sur proposition du Comité des nominations et des rémunérations, a décidé de soumettre à l'approbation de l'Assemblée générale des actionnaires qui sera convoquée pour le 11 juin 2026, les critères extra-financiers de la rémunération variable au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2026 suivants :

Critères extra-financiers définis par le Conseil d'administration du 23 mars 2026 :	Isabelle Guichot	Évelyne Chetrite	Judith Milgrom	Ilan Chetrite	Poids
Product	Atteindre une part de produits plus responsables de 78 % sur les collections du Groupe FW 26 & SS 26	Atteindre une part de produits plus responsables de 78 % sur les collections Sandro (W&M) FW 26 & SS 26	Atteindre une part de produits plus responsables de 82 % sur les collections Maje FW 26 & SS 26	Atteindre une part de produits plus responsables de 78 % sur les collections Sandro Men FW 26 & SS 26	50 %
Planet	Réduction de l'empreinte carbone*: Atteindre une part de matières recyclées de 21 % sur les collections du Groupe FW 26 & SS 26	Réduction de l'empreinte carbone*: Atteindre une part de matières recyclées de 18 % sur les collections Sandro (W&M) FW 26 & SS 26	Réduction de l'empreinte carbone*: Atteindre une part de matières recyclées de 26 % sur les collections Maje FW 26 & SS 26	Réduction de l'empreinte carbone*: Atteindre une part de matières recyclées de 18 % sur les collections Sandro (W&M) FW 26 & SS 26	17,5 %
	Réduction de l'empreinte carbone*: Atteindre une part de laine/ cachemire recyclés de 18 % sur les collections du Groupe FW 26 & SS 26	Réduction de l'empreinte carbone*: Atteindre une part de laine/ cachemire recyclés de 15 % sur les collections Sandro (W&M) FW 26 & SS 26	Réduction de l'empreinte carbone*: Atteindre une part de laine/ cachemire recyclés de 22 % sur les collections Maje FW 26 & SS 26	Réduction de l'empreinte carbone*: Atteindre une part de laine/ cachemire recyclés de 15 % sur les collections Sandro (W&M) FW 26 & SS 26	7,5%
People	Mettre en place un système de classification des emplois couvrant 100 % des postes européens et former toutes les parties prenantes à son utilisation et à ses principes.				10 %
	Atteindre un taux de 2,29 % collaborateurs en situation de handicap en France	Atteindre un taux de 2,1 % collaborateurs en situation de handicap en France	Atteindre un taux de 1,5 % collaborateurs en situation de handicap en France	Atteindre un taux de 2,1 % collaborateurs en situation de handicap en France	15 %

* Le développement des matières recyclées constitue le premier levier de réduction de l'empreinte carbone du Groupe.

La réalisation des conditions de performance sera examinée et constatée à l'issue de l'exercice clos le 31 décembre 2026 et payée, le cas échéant, après l'approbation de l'Assemblée générale. En cas de non-réalisation des conditions de performance, cette rémunération variable ne sera pas versée ; en cas de réalisation partielle, elle sera versée au prorata de sa réalisation, et en cas de surperformance, le montant cible pourra être dépassé, dans la limite des plafonds déjà votés par le Conseil d'administration.

(c) Une rémunération variable long terme

Depuis son introduction en Bourse sur Euronext Paris en octobre 2017, le Groupe mène une politique de rémunération ayant pour objectif de fidéliser et motiver les talents du Groupe et d'associer les cadres et salariés à ses performances, notamment grâce à l'attribution d'actions gratuites qui sont liées à la stratégie long terme du Groupe. Le Groupe attribue des actions gratuites de performance aux dirigeants mandataires sociaux exécutifs et aux cadres dirigeants, ainsi qu'à des cadres supérieurs, expatriés et collaborateurs dont le Groupe souhaite reconnaître les performances et l'engagement.

Le Président du Conseil d'administration ne bénéficie d'aucune attribution d'actions gratuites de performance.

Concernant le Directeur Général et les Directeurs Généraux Délégués, la Société entend conserver l'approche que le Conseil d'administration a précisé en amont de l'Assemblée générale du 9 juin 2022, selon laquelle l'intention du Conseil est que la valeur des actions gratuites de performance attribuées au titre d'un exercice au Directeur Général et aux Directeurs Généraux Délégués soit incluse, lorsque cela est possible, dans une fourchette cible comprise entre 80 % et 100 % de la rémunération fixe du dirigeant concerné, et qu'elle soit en tout état de cause plafonnée à 150 % de cette rémunération fixe.

Conformément à l'article L. 225-197-1 du Code de commerce, le Conseil d'administration a décidé que 25 % des actions ordinaires dont ils pourraient bénéficier en cas de réalisation des conditions prévues aux différents plans d'attribution d'actions gratuites devront être conservées au nominatif jusqu'à la cessation de leurs fonctions de Directeur Général ou Directeurs Généraux Délégués au sein de la Société. La Société précise qu'à sa connaissance aucun instrument de couverture n'est mis en place sur les actions gratuites de performance et ce jusqu'à la fin de la période de conservation des actions fixée par le Conseil d'administration.

Le nombre d'actions attribuées gratuitement au profit de chaque dirigeant mandataire social exécutif est détaillé aux paragraphes 7.1.1. et 7.1.6 du présent document d'enregistrement universel.

Les modalités d'acquisition et de livraison des actions gratuites de performance, qui seraient attribuées au cours de l'année 2026, s'inscrivent dans un cadre pluriannuel aligné avec les objectifs de long terme du Groupe.

Période d'acquisition et livraison

Les actions gratuites de performance attribuées seront acquises aprés une période de 3 ans.

Conditions de présence et de performance

Afin de pouvoir acquérir les actions gratuites de performance attribuées, les bénéficiaires devront remplir une condition de présence de trois ans à compter de la date d'attribution. L'acquisition de ces actions sera soumise à des conditions de performance similaires à celles du plan n°9, mêlant composantes financières internes, composante boursière externe et composantes RSE (interne & externe) comme indiqué ci-dessous :

Attribution d'actions gratuites de performance de janvier 2026 (Plan n° 9)

Le Conseil d'administration du 10 décembre 2025, sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale du 12 juin 2025, a décidé l'attribution de 1 243 400 actions gratuites de performance au bénéfice de certains mandataires sociaux exécutifs et salariés du Groupe.

Au titre de ce plan de janvier 2026 (Plan n° 9), 115 300 actions gratuites de performance ont été attribuées à Mme Isabelle Guichot, Directeur Général, 143 400 à Mme Évelyne Chetrite, 143 400 à Mme Judith Milgrom, et 93 700 à M. Ilan Chetrite, Directeurs Généraux Délégués.

Seuils de déclenchement du plan de janvier 2026 (plan n° 9)

Critères	Pondération	Minimum	Versement	Cible	Versement	Maximum	Versement	Modalité d'évaluation de la performance
Allocation Interne	50%	N-1	50 %	100 %	100 %	110 %	140 %	Moyenne de l'atteinte des objectifs de l'année 2026, 2027 et 2028
Adj. EBIT Groupe	*30%*	*N-1*	*50 %*	*100 %*	*100 %*	*110 %*	*140 %*	*Déclenchement en cas d'atteinte du réalisé N-1 et paiement à 100% en cas d'atteinte du budget*
Chiffre d'affaires Groupe	*20 %*	*N-1*	*50 %*	*100 %*	*100 %*	*110 %*	*140 %*	*Déclenchement en cas d'atteinte du réalisé N-1 et paiement à 100% en cas d'atteinte du budget*
TSR (externe)	30 %	90 %	0 %	100 %	100 %	120 %	140 %	Évolution du TSR SMCP au titre de la période de référence de 3 ans par rapport au TSR médian des sociétés intégrées à l'indice CAC *Mid and Small*
	20 %	Définis selon les objectifs annuels						Moyenne de l'atteinte des objectifs de l'année 2026, 2027 et 2028
	Objectifs de l'année 2026 :							
	4 % (interne)	*1 sur 3**	*50%*	*3 sur 3*	*100%*	*3 sur 3 dont 1 à +2 pts*	*120%*	*Traçabilité des matières premières naturelles stratégiques jusqu'au pays de culture ou d'élevage d'origine (*sans baisse des 2 autres)*
RSE (Interne / Externe)	*2 % (interne)*	*90 %*	*50 %*	*100 %*	*100 %*	*NA*	*NA*	• *Augmentation à 100 % la consommation annuelle en électricité renouvelable dans le périmètre de SMCP NA et SMCP China*
	10% (externe)	*-13,5 %*	*50 %*	*-18 %*	*100 %*	*-22,5 %*	*120 %*	• *Réduction de l'empreinte carbone d'au moins 18 % entre 2022 et 2026, conformément à l'engagement SBTi*
	4 % (interne)	*Cible 1*	*50 %*	*Cible 2*	*100 %*	*Cible 3*	*120 %*	*Augmentation du niveau de satisfaction des collaborateurs lors de l'enquête interne sur la projection de carrière.*

Il est précisé que, pour des raisons d'affichage, le tableau ci-dessus ne présente que les valeurs minimales, cibles et maximales. La grille d'atteinte complète a été validée par le Conseil d'administration du 10 décembre 2025. La surperformance d'un critère peut compenser la sous-performance d'un autre critère, sans que le nombre d'actions livrées à un bénéficiaire puisse néanmoins excéder le nombre d'actions qui lui a été attribué.

Clause de récupération

Les plans contiennent, depuis ceux de janvier 2023 (plan n° 6), une clause de récupération afin d'aligner les politiques du Groupe sur les meilleures pratiques de gouvernance d'entreprise. Le Conseil d'administration se réserve le droit de subordonner l'attribution définitive de tout ou partie des actions gratuites non encore acquises à l'absence de faute lourde ou de fraude ayant un impact négatif significatif sur le Groupe et donnant lieu, en particulier, à un retraitement financier.

Clause d'accélération de l'acquisition définitive des actions gratuites de performance des Directeurs Généraux Délégués en cas d'opération entraînant un changement de contrôle

Pour les Directeurs Généraux Délégués, chacun des plans n° 7, n° 8 et n° 9 prévoit, en cas de départ contraint ou volontaire faisant suite à un changement de contrôle, un mécanisme d'accélération de l'acquisition définitive de l'intégralité des actions gratuites de performance en réputant satisfaite à la date du départ les conditions de présence et de performance des plans (les actions concernées devant néanmoins être conservées jusqu'à la date initiale d'acquisition prévue dans chacun de ces plans).

ACQUISITION D'ACTIONS GRATUITES DE PERFORMANCE EN COURS EN 2026

Description du plan d'actions gratuites de performance de janvier 2023 (Plan n° 6) mis en place par le Conseil d'administration du 7 décembre 2022

Le Conseil d'administration du 7 décembre 2022, sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale du 17 juin 2021, a décidé l'attribution de 1 139 380 actions gratuites de performance au bénéfice de certains mandataires sociaux exécutifs et salariés du Groupe.

Au titre de ce plan de janvier 2023 (Plan n° 6), 105 950 actions gratuites de performance avaient été attribuées à Mme Isabelle Guichot, Directeur Général, 131 780 à Mme Évelyne Chetrite, 131 780 à Mme Judith Milgrom, et 86 090 à M. Ilan Chetrite, Directeurs Généraux Délégués.

Description du plan d'actions gratuites de performance de janvier 2024 (Plan n° 7) mis en place par le Conseil d'administration du 12 décembre 2023

Le Conseil d'administration du 12 décembre 2023, sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale du 21 juin 2023, a décidé l'attribution de 1 475 600 actions gratuites de performance au bénéfice de certains mandataires sociaux exécutifs et salariés du Groupe.

Au titre de ce plan de janvier 2024 (Plan n° 7), 137 000 actions gratuites de performance ont été attribuées à Mme Isabelle Guichot, Directeur Général, 170 400 à Mme Évelyne Chetrite, 170 400 à Mme Judith Milgrom, et 111 300 à M. Ilan Chetrite, Directeurs Généraux Délégués.

Description du plan d'actions gratuites de performance de janvier 2025 (Plan n° 8) mis en place par le Conseil d'administration du 11 décembre 2024

Le Conseil d'administration du 11 décembre 2024, sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale du 6 juin 2024, a décidé l'attribution de 1 475 900 actions gratuites de performance au bénéfice de certains mandataires sociaux exécutifs et salariés du Groupe.

Au titre de ce plan de janvier 2025 (Plan n° 8), 137 000 actions gratuites de performance ont été attribuées à Mme Isabelle Guichot, Directeur Général, 170 400 à Mme Évelyne Chetrite, 170 400 à Mme Judith Milgrom, et 111 300 à M. Ilan Chetrite, Directeurs Généraux Délégués.

Description du plan d'actions gratuites de performance de janvier 2026 (Plan n° 9) mis en place par le Conseil d'administration du 10 décembre 2025

Le Conseil d'administration du 10 décembre 2025, sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale du 12 juin 2025, a décidé l'attribution de 1 243 400 actions gratuites de performance au bénéfice de certains mandataires sociaux exécutifs et salariés du Groupe.

Au titre de ce plan de janvier 2026 (Plan n° 9), 115 300 actions gratuites de performance ont été attribuées à Mme Isabelle Guichot, Directeur Général, 143 400 à Mme Évelyne Chetrite, 143 400 à Mme Judith Milgrom, et 93 700 à M. Ilan Chetrite, Directeurs Généraux Délégués.

(d) Rémunération exceptionnelle

Le 23 mars 2023, le Conseil d'administration de la Société, sur recommandation du Comité des nominations et des rémunérations, a décidé d'attribuer la possibilité d'une rémunération exceptionnelle à Mme Isabelle Guichot, Directeur Général, liée à la réalisation du projet de cession par Glas SAS (*London Branch*) de tout ou partie des 28 028 163 actions SMCP nanties alors mises en vente, compte tenu de la forte implication et de la contribution attendues de Mme Guichot dans la réalisation de ce projet.

Les caractéristiques et conditions de cette rémunération exceptionnelle, qui ont été modifiées par les Conseils d'administration des 12 décembre 2023, 9 décembre 2024, 10 décembre 2025 et 23 mars 2026 pour tenir compte notamment de ce que le processus de cession annoncé le 27 novembre 2025 porte désormais sur 40 135 102 actions SMCP après la restitution de 12 106 939 actions à European TopSoho S.à r.l. le 11 août 2025 (voir le paragraphe 7.1.2 du document d'enregistrement universel), sont les suivantes :

- rémunération exceptionnelle d'un montant maximal de 600 000 euros (soit 75 % de la rémunération fixe) ;
- paiement de la rémunération exceptionnelle conditionné (i) au transfert effectif de tout ou partie des 40 135 102 actions SMCP , dans un délai de 24 mois à compter du 1er janvier 2026, et (ii) à la présence de Mme Guichot au sein de la Société trois mois après la réalisation de l'opération ;
- la rémunération exceptionnelle consistera, sous réserve de réalisation des conditions susvisées, dans (i) le paiement de plein droit d'un montant fixe de 400 000 euros qui sera versé comme suit :
  - 100 % en cas de (i) vente ou transfert (a) des 40 135 102 actions SMCP, ou (b) d'un bloc permettant à un ou à plusieurs acquéreurs agissant de concert de détenir au moins 30 % du capital de SMCP, ou (ii) dépôt d'une (ou d'annonce de l'intention de déposer une) offre publique d'achat par un ou des acquéreurs.
  - entre 20% et 100 % en cas de vente ou transfert d'entre 8 000 000 et 40 135 102 des actions SMCP susvisées, avec interpolation linéaire entre ces deux seuils.

  et (ii) le paiement d'un montant variable à la discrétion du Conseil d'administration d'un maximum de 200 000 euros, en fonction de plusieurs critères comprenant la fluidité d'exécution du projet, la qualité de la communication et du *reporting* sur l'avancement du projet auprès du Conseil d'administration et du Comité *ad hoc* et la prise en compte des intérêts des différentes parties prenantes ;
- la partie fixe et le cas échéant la partie variable de cette rémunération exceptionnelle seraient versées (i) après approbation de l'Assemblée générale suivant la réalisation de l'opération, en cas de transfert effectif des 40 135 102 actions SMCP ; ou (ii) chaque année après approbation de l'Assemblée générale, et en due proportion de la part cédée, en cas de cession partielle au cours de l'année civile précédente.

Conformément aux dispositions de l'article L. 22-10-8 du Code de commerce, le principe et les modalités de versement de cette rémunération exceptionnelle ont été approuvés par les Assemblées générales des actionnaires de la Société des 21 juin 2023, 6 juin 2024 et 12 juin 2025 (« *say on pay* » dit « *ex-ante* »). Les modifications apportées à la période pendant laquelle cette rémunération exceptionnelle pourra être versée ainsi qu'aux conditions de versement (voir paragraphe 4.2.1.1 « Principes Généraux ») sont soumises à l'approbation de l'Assemblée générale des actionnaires de la Société du 11 juin 2026. Par ailleurs, conformément aux dispositions de l'article L. 22-10-34 du Code de commerce, cette rémunération exceptionnelle ne pourra être versée (en tout ou partie le cas échéant) en 2027 ou 2028 qu'après approbation par l'Assemblée générale des actionnaires de la Société qui se prononcera en 2027 ou 2028 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2026 ou 2027, selon le cas (« *say on pay* » dit « *ex post* »).

(e) Avantages en nature

Mme Isabelle Guichot bénéficie d'un véhicule de fonction et d'une assurance chômage mandataire social exécutif (« GSC »).

Mme Évelyne Chetrite bénéficie d'un véhicule de fonction.

Mmes Évelyne Chetrite et Judith Milgrom ainsi que M. Ilan Chetrite peuvent bénéficier en outre d'une assurance chômage mandataire social exécutif (« GSC »), qu'ils n'ont pas utilisée au titre de l'exercice 2025 et à laquelle ils ont renoncé au titre de l'exercice 2026.

(f) Régime de retraite

Les mandataires sociaux ne bénéficient pas de régime de retraite supplémentaire.

(g) Indemnités de non-concurrence et de départ

INDEMNITÉS RELATIVES À UNE CLAUSE DE NON-CONCURRENCE

Mme Isabelle Guichot est soumise à un engagement de non-concurrence d'une durée d'un an à compter de la cessation de ses fonctions et percevrait à ce titre une indemnité forfaitaire mensuelle brute égale à 70 % de sa rémunération mensuelle calculée sur la moyenne de sa rémunération brute (fixe et variable) perçue au cours des 12 mois précédant la date de fin des fonctions et pour la durée effective de l'engagement de non-concurrence. En cas de cumul de l'application de cette indemnité de non-concurrence avec l'indemnité de départ décrite ci-dessous, le total de ces deux indemnités ne devra pas excéder deux ans de la rémunération (fixe et variable théorique au cours des 12 derniers mois précédant la date du départ).

Mme Évelyne Chetrite, Mme Judith Milgrom et M. Ilan Chetrite sont soumis chacun à un engagement de non-concurrence d'une durée d'un an à compter de la cessation de leurs fonctions de direction au sein de la Société. Ledit engagement serait rémunéré à hauteur de 70 % de leur rémunération brute, fixe et variable, directe et indirecte, versée à leur profit au cours des 12 mois précédant la date de fin des fonctions concernées. En cas de cumul de l'application de cette indemnité de non-concurrence avec l'indemnité de départ décrite ci-dessous, le total de ces deux indemnités ne devra pas excéder deux ans de la rémunération (fixe et variable théorique au cours des 12 derniers mois précédant la date du départ).

INDEMNITÉ DE DÉPART

Mme Isabelle Guichot bénéficie d'une indemnité en cas de départ d'un montant brut égal au maximum à 150 % de la somme de la rémunération fixe annuelle brute sur les 12 derniers mois précédant le terme de son mandat social et de la rémunération variable annuelle due au titre de l'exercice social précédant le terme de son mandat social. Elle serait due en cas de révocation de son mandat de Directeur Général, sauf en cas de révocation pour faute lourde ou en cas de démission de ce mandat pour une raison autre qu'en cas de départ contraint. Le paiement de cette indemnité de départ serait soumis à un objectif d'Adjusted EBIT Groupe sur les 12 derniers mois, apprécié en comparaison de l'Adjusted EBIT Groupe réalisé au titre des 12 mois qui les précèdent.

Mme Évelyne Chetrite, Mme Judith Milgrom et M. Ilan Chetrite bénéficient chacun d'une indemnité en cas de départ d'un montant brut égal à 200 % de la somme de la rémunération fixe annuelle brute sur les 12 derniers mois précédant le terme de leur mandat social et de la rémunération variable annuelle due au titre de l'exercice social précédant le terme de leur mandat social. Elle serait due en cas de révocation de leur mandat de Directeurs Généraux Délégués et/ou de l'une quelconque de leurs fonctions exercées à titre individuel ou par l'intermédiaire de toute entité qu'ils/elles contrôleraient (en ce compris actuellement Évelyne Chetrite SASU et Judith Milgrom SASU), au sein du groupe SMCP, dans le cadre d'un mandat social, sauf en cas de révocation pour faute lourde ou en cas de démission de ce mandat pour une raison autre qu'en cas de départ contraint. Le paiement de cette indemnité de départ serait soumis à un objectif d'Adjusted EBIT Groupe sur les 12 derniers mois, apprécié en comparaison de l'Adjusted EBIT Groupe réalisé au titre des 12 mois qui les précèdent.

Le versement de cette indemnité de départ pour Mme Isabelle Guichot, Mme Évelyne Chetrite, Mme Judith Milgrom et M. Ilan Chetrite est calculé selon les modalités ci-dessous :

Évolution de l'Adj. EBIT Groupe des 12 derniers mois précédant le terme du mandat social par rapport à l'Adj. EBIT Groupe des 12 mois les précédant	**% de versement**
Inférieur à 50%	Pas de versement de l'indemnité
Compris entre 50 % et 80 %	Versement fixé par interpolation linéaire entre 0 et 100%
80 % ou plus	Versement à 100 %

(h) Actions détenues par les dirigeants mandataires sociaux

Les actions détenues par les dirigeants mandataires sociaux sont détaillées aux paragraphes 7.1.1 « Répartition du capital et des droits de vote » et 7.1.6 « Participation et stock-options détenues par les membres du Conseil d'administration et de la Direction Générale ».

TABLEAU DE SYNTHÈSE DES ÉLÉMENTS FIXES ET VARIABLES COMPOSANT LA RÉMUNÉRATION DU DIRECTEUR GÉNÉRAL ET DES DIRECTEURS GÉNÉRAUX DÉLÉGUÉS

Éléments de rémunération	Principe		Mme Isabelle Guichot, Directeur Général de SMCP SA	Mme Évelyne Chetrite, Directrice Générale Déléguée de SMCP SA, via Évelyne Chetrite SASU, Présidente de Sandro Andy SAS et Directrice Artistique de Sandro Femme	Mme Judith Milgrom, Directrice Générale Déléguée de SMCP SA, via Judith Milgrom SASU, Présidente de Maje SAS et Directrice Artistique de Maje	M. Ilan Chetrite, Directeur Général Délégué de SMCP SA, Directeur Général de Sandro Andy SAS et Directeur Artistique de Sandro Homme
Rémunération fixe	Perçue en 12 mensualités.	Montant	800 000 €	995 000 €	995 000 €	650 000 €
Rémunération variable annuelle (court terme)	Versée au cours de l'année suivante au titre de l'année pour laquelle les performances ont été constatées. Conformément aux dispositions du Code de commerce, le versement de la rémunération variable est conditionné à l'approbation par une Assemblée générale ordinaire des éléments de rémunération.	Montant cible	800 000 €	995 000 €	995 000 €	650 000 €
		Montant maximal	1 200 000 € (150 % du montant cible)	1 990 000 € (200 % du montant cible)	1 990 000 € (200 % du montant cible)	1 300 000 € (200 % du montant cible)
		Critères de détermination	• 40 % Adj. EBIT Groupe • 20% Adj. EBIT EMEA • 15 % ratio Free Cash Flow Groupe vs Adj. EBITDA Groupe • 25 % objectifs extra-financiers • condition de présence au 31 décembre 2026	• 20 % Adj. EBIT Groupe • 20% Adj. EBIT EMEA • 20 % Adj. EBIT de la marque Sandro • 15 % ratio Free Cash Flow Groupe vs Adj. EBITDA Groupe • 25 % objectifs extra-financiers	• 20 % Adj. EBIT Groupe • 20% Adj. EBIT EMEA • 20 % Adj. EBIT de la marque Maje • 15 % ratio Free Cash Flow Groupe vs Adj. EBITDA Groupe • 25 % objectifs extra-financiers	• 20 % Adj. EBIT Groupe • 20% Adj. EBIT EMEA • 20 % Adj. EBIT de la marque Sandro Homme • 15 % ratio Free Cash Flow Groupe vs Adj. EBITDA Groupe • 25 % objectifs extra-financiers
		Atteinte des conditions	En cas de non-réalisation des conditions de performance, cette rémunération variable n'est pas versée ; en cas de réalisation partielle, elle est versée en partie en fonction de la performance et en cas de surperformance, le montant cible pourra être dépassé, dans la limite des plafonds déjà votés par le Conseil d'administration.			
Rémunération variable long terme (actions gratuites de performance)	Attribution d'actions gratuites de performance de la Société pour fidéliser et aligner la réalisation des objectifs long terme et la création de valeur du Groupe et de ses actionnaires	Critères de détermination	Le nombre d'actions gratuites de performance livrées définitivement à chaque bénéficiaire à l'issue d'une période d'acquisition de 3 ans varie en fonction du niveau d'atteinte des objectifs financiers, boursiers et RSE détaillés au paragraphe 4.2.1.2 (c) ci-dessus.			
		Départ contraint/volontaire lié à un changement de contrôle	N/A	Mécanisme d'accélération de l'acquisition définitive desdites actions et de maintien de l'intégralité des droits en réputant satisfaite l'intégralité des conditions (en ce compris toute condition de présence et/ou de performance).		
		Clause de récupération	Le Conseil d'administration se réserve le droit de subordonner la livraison définitive de tout ou partie des actions gratuites non encore acquises à l'absence de faute lourde ou de fraude ayant un impact négatif significatif sur le Groupe et donnant lieu, en particulier, à un retraitement financier.			
Rémunération exceptionnelle	Conditionnée à la réalisation de la vente ou du transfert de tout ou partie des 40 135 102 d'actions SMCP dans un délai de 24 mois à compter du 1er janvier 2026 et à la présence au sein de la Société 3 mois après la réalisation de l'opération *(voir paragraphe 4.2.1.2 (d) « Rémunération exceptionnelle »)*	Montant cible	Maximum de 600 000 € dont 400 000 € payés de plein droit sous réserve de réalisation des conditions et 200 000 € payés à la discrétion du Conseil d'administration sur la base de plusieurs critères.	N/A	N/A	N/A
Indemnité de non-concurrence	Contrepartie de l'engagement de non-concurrence sur une durée de 1 an	Montant	70 % de la moyenne de la rémunération brute fixe et variable perçue sur les 12 derniers mois.	70 % de la rémunération brute, fixe et variable, directe et indirecte, au cours des 12 derniers mois (précédant la date de fin des fonctions concernées).		
Indemnité de départ	Versement d'une indemnité de départ en cas de cessation de leurs fonctions	Montant	150 % de la somme de la rémunération fixe annuelle brute sur les 12 derniers mois précédant le terme de son mandat social et de la rémunération variable due au titre de l'exercice social précédant le terme de son mandat social.	200 % de la somme de la rémunération fixe annuelle brute sur les 12 derniers mois précédant le terme de leur mandat social et de la rémunération variable annuelle due au titre de l'exercice social précédant le terme de leur mandat social.		
		Condition de performance	Évolution de l'Adj. EBIT Groupe des 12 derniers mois précédant le terme du mandat social par rapport à l'Adj. EBIT Groupe des 12 mois les précédant.			
		Exclusion	En cas de révocation pour faute lourde, de démission pour une raison autre qu'en cas de départ contraint.			
Plafond des indemnités de départ et de non-concurrence			En cas de cumul des indemnités de départ et de non-concurrence, le total de ces indemnités sera plafonné à deux ans.			
Avantage en nature			• Véhicule de fonction • Assurance chômage mandataire social exécutif (« GSC »)	• Véhicule de fonction	N/A	N/A
Rémunération long terme (options de souscription ou d'achat)					NA	
Régime de retraite					NA	

Projets de résolutions établis par le Conseil d'administration en application de l'article L. 22-10-8 du Code de commerce soumis à l'Assemblée générale mixte du 11 juin 2026

TREIZIÈME RÉSOLUTION
(Approbation, en application de l'article L. 22-10-8 II du Code de commerce, de la politique de rémunération de M. Christophe Cuvillier en sa qualité de Président du Conseil d'administration)

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise établi en application de l'article L. 225-37 du Code de commerce et qui figure à la section 4.2 du document d'enregistrement universel 2025 de la Société, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, approuve, en application de l'article L. 22-10-8 II du Code de commerce, la politique de rémunération de M. Christophe Cuvillier, Président du Conseil d'administration, telle que présentée dans le rapport précité.

QUATORZIÈME RÉSOLUTION
(Approbation, en application de l'article L. 22-10-8 II du Code de commerce, de la politique de rémunération de Mme Isabelle Guichot en sa qualité de Directeur Général)

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise établi en application de l'article L. 225-37 du Code de commerce et qui figure à la section 4.2 du document d'enregistrement universel 2025 de la Société, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, approuve, en application de l'article L. 22-10-8 II du Code de commerce, la politique de rémunération de Mme Isabelle Guichot, Directeur Général, telle que présentée dans le rapport précité.

QUINZIÈME RÉSOLUTION
(Approbation, en application de l'article L. 22-10-8 II du Code de commerce, de la politique de rémunération de Mme Évelyne Chetrite en sa qualité de Directrice Générale Déléguée)

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise établi en application de l'article L. 225-37 du Code de commerce et qui figure à la section 4.2 du document d'enregistrement universel 2025 de la Société, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, approuve, en application de l'article L. 22-10-8 II du Code de commerce, la politique de rémunération de Mme Évelyne Chetrite, Directrice Générale Déléguée, telle que présentée dans le rapport précité.

SEIZIÈME RÉSOLUTION
(Approbation, en application de l'article L. 22-10-8 II du Code de commerce, de la politique de rémunération de Mme Judith Milgrom en sa qualité de Directrice Générale Déléguée)

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise établi en application de l'article L. 225-37 du Code de commerce et qui figure à la section 4.2 du document d'enregistrement universel 2025 de la Société, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, approuve, en application de l'article L. 22-10-8 II du Code de commerce, la politique de rémunération de Mme Judith Milgrom, Directrice Générale Déléguée, telle que présentée dans le rapport précité.

DIX-SEPTIÈME RÉSOLUTION
(Approbation, en application de l'article L. 22-10-8 II du Code de commerce, de la politique de rémunération de M. Ilan Chetrite en sa qualité de Directeur Général Délégué)

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise établi en application de l'article L. 225-37 du Code de commerce et qui figure à la section 4.2 du document d'enregistrement universel 2025 de la Société, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, approuve, en application de l'article L. 22-10-8 II du Code de commerce, la politique de rémunération de M. Ilan Chetrite, Directeur Général Délégué, telle que présentée dans le rapport précité.

4.2.1.3 RÉMUNÉRATION DES ADMINISTRATEURS

Éléments composant la rémunération des administrateurs

Sur recommandation du Comité des nominations et des rémunérations, le Conseil d'administration répartit entre ses membres indépendants la rémunération fixée par l'Assemblée générale des actionnaires, en tenant compte de la participation effective au Conseil et dans les Comités. Une quote-part fixée par le Conseil et prélevée sur cette rémunération est versée aux membres indépendants des Comités, également en tenant compte de la participation effective de ceux-ci aux comités.

En réponse à des observations formulées par les principales agences de conseil en vote à l'occasion notamment de l'Assemblée générale annuelle du 17 juin 2021, et en ligne avec les bonnes pratiques suivies par un certain nombre de sociétés cotées, SMCP a notamment décidé de modifier à partir de 2022 la rémunération de ses administrateurs indépendants en baissant la rémunération fixe annuelle qui leur est allouée pour le Conseil et les comités et en augmentant la rémunération variable afin que la participation effective au Conseil et dans les comités constitue une part plus importante de leur rémunération. Les administrateurs de SMCP qui ne sont pas indépendants ne sont pas rémunérés. La politique de rémunération des administrateurs en 2026 est inchangée par rapport à celle de 2025.

Le Conseil d'administration a fixé à un montant maximal de 600 000 euros la rémunération pouvant être versée aux administrateurs indépendants au titre de leur participation aux conseils et aux comités permanents pour l'exercice 2026. Ce plafond ne tient pas compte de la rémunération pouvant être versée au titre du comité *ad hoc*, comité non permanent (voir le paragraphe 4.1.4.4. du document d'enregistrement universel).

La rémunération des administrateurs indépendants est composée d'une partie fixe et d'une partie variable. La partie fixe est de 20 000 euros. À cette rémunération, s'ajoute un montant variable de 4 000 euros dû pour chaque réunion du Conseil à laquelle participe l'administrateur indépendant concerné.

Par ailleurs, certains administrateurs pourraient être amenés à participer à des réunions du Conseil ou des Comités non prévus au calendrier annuel. Les réunions purement informatives, ne nécessitant pas de travail préparatoire spécifique, n'ouvrent pas droit à une rémunération complémentaire. En revanche, celles rendant nécessaire une préparation, une participation active et des prises de décisions, ouvriront droit à une rémunération complémentaire selon le principe suivant : un cumul de 4 heures de réunions ouvrira droit à la rémunération d'une réunion classique, soit à titre d'illustration pour le Conseil, 4 000 euros.

Pour leur participation aux comités du Conseil :

(i) concernant le Comité d'audit, une rémunération fixe annuelle de 4 500 euros (portée à 7 000 euros pour le Président du Comité d'audit) est attribuée à chaque administrateur indépendant en rémunération de sa fonction. À cette rémunération de base s'ajoute un montant variable de 2 000 euros (porté à 3 500 euros pour le Président du Comité d'audit) dû pour chaque réunion du Comité d'audit à laquelle participe l'administrateur indépendant concerné ;

(ii) concernant le Comité des nominations et des rémunérations, une rémunération fixe annuelle de 2 000 euros (portée à 4 000 euros pour le Président du Comité des nominations et des rémunérations) est attribuée à chaque administrateur indépendant en rémunération de sa fonction. À cette rémunération de base s'ajoute un montant variable de 2 000 euros (porté à 3 500 euros pour le Président du Comité des nominations et des rémunérations) dû pour chaque réunion du Comité des nominations et des rémunérations à laquelle participe l'administrateur indépendant concerné ; et

(iii) concernant le Comité RSE, une rémunération fixe annuelle de 2 000 euros (portée à 4 000 euros pour le Président du Comité RSE) est attribuée à chaque administrateur indépendant en rémunération de sa fonction. À cette rémunération de base s'ajoute un montant variable de 2 000 euros (porté à 3 500 euros pour le Président du Comité RSE) dû pour chaque réunion du Comité RSE à laquelle participe l'administrateur indépendant concerné ;

Concernant le Comité *ad hoc*, une rémunération fixe globale maximale de 21 000 euros (portée à 30 000 euros pour le Président du Comité *ad hoc*), payable par tiers au fur et à mesure de la bonne conclusion d'étapes liées à la recomposition du capital de la société en vue de stabiliser et consolider son actionnariat, est attribuée à chaque administrateur indépendant en rémunération de sa fonction.

4.2.2 Rémunération des mandataires sociaux en 2025

Conformément à l'article L. 22-10-34, II du Code de commerce, l'Assemblée générale annuelle statue sur un projet de résolution portant sur les informations mentionnées au I de l'article L. 22-10-9 du Code de commerce, devant figurer dans le rapport sur le gouvernement d'entreprise et comprenant notamment les éléments de rémunération versés à raison du mandat au cours de l'exercice écoulé ou attribués à raison du mandat au titre du même exercice, soit l'exercice clos le 31 décembre 2025. Ces éléments sont présentés aux paragraphes 4.2.2.1 et 4.2.2.2 ci-dessous pour les mandataires sociaux exécutifs et les administrateurs.

Par ailleurs, conformément aux articles L. 22-10-34 et L. 22-10-8 du Code de commerce, l'Assemblée générale annuelle statue sur les éléments fixes, variables et exceptionnels composant la rémunération totale et les avantages de toute nature versés ou attribués au titre de l'exercice antérieur. S'agissant du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués de la Société, ces éléments sont présentés au paragraphe 4.2.2.1 ci-dessous.

Il sera ainsi proposé à l'Assemblée générale mixte qui sera convoquée pour le 11 juin 2026 de statuer, dans le cadre de résolutions distinctes, d'une part sur les informations mentionnées au I de l'article L. 22-10-9 du Code de commerce, comprenant notamment les éléments présentés aux paragraphes 4.2.2.1 et 4.2.2.2 ci-dessous, et d'autre part sur les éléments de rémunération versés ou attribués au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2025 au Directeur Général et aux Directeurs Généraux Délégués, en application des principes et critères de rémunération approuvés par l'Assemblée générale mixte des actionnaires du 12 juin 2025, tels qu'exposés au paragraphe 4.2.2.1 ci-après.

La structure de rémunération des dirigeants mandataires sociaux exécutifs pour l'exercice 2025 est composée des trois agrégats suivants : la rémunération fixe, la rémunération variable annuelle (court terme) et la rémunération variable long terme.

4.2.2.1 DIRECTEUR GÉNÉRAL ET DIRECTEURS GÉNÉRAUX DÉLÉGUÉS

Éléments de rémunération versés ou attribués au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2025 à Mme Isabelle Guichot, Directeur Général

Rémunération fixe	800 000 €
Rémunération variable annuelle	1 200 000 € [1]
Rémunération exceptionnelle	Néant [2]
Rémunération en tant qu'administrateur	Néant
Actions gratuites – Actions de préférence	115 300 actions gratuites de performance soumises à une condition de présence de trois ans à compter de la date d'attribution et à des conditions de performance : • objectifs financiers internes (Adj. EBIT Groupe pour 30 % et chiffre d'affaires Groupe pour 20 %) • objectif boursier externe (*Total Shareholder Return* pour 30 %) • objectifs RSE (internes pour 10 % et externe pour 10 %).
Régime de retraite	Néant
Avantages en nature	16 559 € [3]

(1) L'atteinte des conditions de performance de la rémunération variable annuelle est détaillée dans les tableaux ci-après.
(2) Les conditions de déclenchement de la rémunération exceptionnelle, approuvée par l'Assemblée générale du 21 juin 2023, n'ayant pas été réunies, aucun versement n'a été fait en 2025.
(3) Mme Guichot disposait en 2025 d'une voiture de fonction et bénéficiait d'une assurance chômage mandataire social exécutif (« GSC »).

Éléments de rémunération versés ou attribués au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2025 à Mme Évelyne Chetrite, Directeur Général Délégué

Rémunération fixe	995 000 €
Rémunération variable annuelle	1 840 642 € [1]
Rémunération exceptionnelle	Néant
Rémunération en tant qu'administrateur	Néant
Actions gratuites – Actions de préférence	143 400 actions gratuites de performance soumises à une condition de présence de trois ans à compter de la date d'attribution et à des conditions de performance : • objectifs financiers internes (Adj. EBIT Groupe pour 30 % et chiffre d'affaires Groupe pour 20 %) • objectif boursier externe (*Total Shareholder Return* pour 30 %) • objectifs RSE (internes pour 10 % et externe pour 10 %)
Régime de retraite	Néant
Avantages en nature	5 352 € [2]

(1) L'atteinte des conditions de performance de la rémunération variable annuelle est détaillée dans les tableaux ci-après.
(2) Mme Chetrite disposait en 2025 d'une voiture de fonction.

Éléments de rémunération versés ou attribués au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2025 à Mme Judith Milgrom, Directeur Général Délégué

Rémunération fixe	995 000 €
Rémunération variable annuelle	1 880 509 € [1]
Rémunération exceptionnelle	Néant
Rémunération en tant qu'administrateur	Néant
Actions gratuites – Actions de préférence	143 400 actions gratuites de performance soumises à une condition de présence de trois ans à compter de la date d'attribution et à des conditions de performance : • objectifs financiers internes (Adj. EBIT Groupe pour 30 % et chiffre d'affaires Groupe pour 20 %) • objectif boursier externe (*Total Shareholder Return* pour 30 %) • objectifs RSE (internes pour 10 % et externe pour 10 %)
Régime de retraite	Néant
Avantages en nature	Néant

(1) L'atteinte des conditions de performance de la rémunération variable annuelle est détaillée dans les tableaux ci-après.

Éléments de rémunération versés ou attribués au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2025 à M. Ilan Chetrite, Directeur Général Délégué

Rémunération fixe	650 000 €
Rémunération variable annuelle	1 258 763 € [1]
Rémunération exceptionnelle	Néant
Rémunération en tant qu'administrateur	Néant
Actions gratuites – Actions de préférence	93 700 actions gratuites de performance soumises à une condition de présence de trois ans à compter de la date d'attribution et à des conditions de performance : • objectifs financiers internes (Adj. EBIT Groupe pour 30 % et chiffre d'affaires Groupe pour 20 %) • objectif boursier externe (*Total Shareholder Return* pour 30 %) • objectifs RSE (internes pour 10 % et externe pour 10 %)
Régime de retraite	Néant
Avantages en nature	Néant

(1) L'atteinte des conditions de performance de la rémunération variable annuelle est détaillée dans les tableaux ci-après.

Détails concernant la rémunération variable annuelle attribuée au titre de l'exercice 2025

NIVEAU D'ATTEINTE DES OBJECTIFS EN 2025 DE MME ISABELLE GUICHOT, DIRECTEUR GÉNÉRAL

	Performance				Surperformance**				
	Pondération	Réalisé*	% de paiement	Montant €	Pondération	Réalisé*	% de paiement	Montant €	Commentaire
Objectifs financiers	**75 %**		**100 %**	**600 000 €**	**100 %**		**100 %**	**400 000 €**	
Adj. EBIT Groupe	40 %	128 %	100 %	320 000 €	53,3 %	128 %	59,5 %	253 867 €	L'objectif Adj. EBIT Groupe de 2025 a été atteint à 128 %
Adj. EBIT EMEA	20 %	137,1 %	100 %	160 000 €	26,7 %	137,1 %	59,5 %	126 933 €	L'objectif Adj. EBIT EMEA de 2025 a été atteint à 137,1 %
Ratio Free Cash Flow Groupe par rapport à l'Adjusted EBITDA Groupe	15 %	174,2 %	100 %	120 000 €	20 %	174,2 %	12 %	19 200 €	L'objectif Ratio Free Cash Flow Groupe de 2025 a été atteint à 174,2 %
Objectifs extra-financiers	**25 %**	**115 %**	**100 %**	**200 000 €**	**25%**	**115%**	**0 % - la surperformance financière ayant atteint le maximum**		
RSE - Product	15 %	La part de produits plus responsables sur les collections des marques du Groupe FW 25 & SS 25 est de +4 points par rapport à l'objectif. L'atteinte est de 120 %.							
RSE - Planet	3,75 %	• L'atteinte de la part de matières recyclées est de 125,2 % par rapport à l'objectif sur les collections du Groupe FW 25 & SS 25. L'atteinte est de 120 %. • L'atteinte de la part de laine/cachemire recyclés est de 90% par rapport à l'objectif sur les collections du Groupe FW 25 & SS 25. L'atteinte est de 80 %.							
RSE - People	2,5 % 3,75 %	• En 2025, l'enquête interne a été déployée en septembre, et une évaluation du feedback à 360° a été réalisée pour le management. L'objectif est donc atteint à 100 %. • En 2025, il a été déployé la politique handicap qui a permis une hausse des collaborateurs en situation de handicap dans chacune des marques en France de 240 % par rapport à l'objectif et dépassant le palier 3 de 90 %. L'atteinte est de 120 %.							
TOTAL	**100 %**		**100 %**	**800 000 €**	**50 %**		**100 %**	**400 000 €**	
TOTAL	**1 200 000 € (150 %)**								

* Le niveau de réalisation de ces critères a été examiné par le Comité des nominations et des rémunérations puis validé par le Conseil d'administration. Il n'est toutefois pas rendu public pour des raisons de confidentialité.

** La surperformance peut représenter au maximum 50 % de la rémunération fixe annuelle.

NIVEAU D'ATTEINTE DES OBJECTIFS EN 2025 DE MME ÉVELYNE CHETRITE, DIRECTRICE GÉNÉRALE DÉLÉGUÉE

	Performance				Surperformance**				
	Pondération	Réalisé*	% de paiement	Montant €	Pondération	Réalisé*	% de paiement	Montant €	Commentaire
Indicateur financiers	**75 %**		**100 %**	**746 250 €**	**100 %**		**83 %**	**830 493 €**	
Adj. EBIT Groupe	20 %	128 %	100 %	199 000 €	26,7 %	128 %	122 %	323 707 €	L'objectif Adj. EBIT Groupe de 2025 a été atteint à 128 %
Adj. EBIT EMEA	20 %	137,1 %	100 %	199 000 €	26,7 %	137,1 %	122 %	323 707 €	L'objectif Adj. EBIT EMEA de 2025 a été atteint à 137,1 %
Ratio Free Cash Flow Groupe par rapport à l'Adjusted EBITDA Groupe	15 %	174,2 %	100 %	149 250 €	20 %	174,2 %	12 %	23 880 €	L'objectif Ratio Free Cash Flow Groupe de 2025 a été atteint à 174,2 %
Adj. EBIT Sandro	20 %	112,6 %	100 %	199 000 €	26,7 %	112,6 %	60 %	159 200 €	L'objectif Adj. EBIT Sandro de 2025 a été atteint à 112,6 %
Indicateurs extra-financiers	**25 %**	**106,1 %**	**100 %**	**248 750 €**	**25 %**	**106,1 %**	**6,1 %**	**15 149 €**	
RSE - Product	15 %	La part de produits plus responsables sur les collections Sandro FW 25 & SS 25 est +3 points par rapport à l'objectif correspondant à un paiement de 120%.							
RSE - Planet	3,75 %	• L'atteinte de la part de matières recyclées est de 90,6 % par rapport à l'objectif sur les collections Sandro FW 25 & SS 25 correspondant à un paiement de 81,2 %. • L'atteinte de la part de laine/ cachemire recyclés est de 45 % par rapport à l'objectif sur les collections Sandro FW 25 & SS 25 correspondant à un non-paiement.							
RSE - People	2,5 % 3,75 %	• En 2025, la cause "Promouvoir l'égalité des chances et la transmission du savoir-faire dans les métiers de la mode" a été développé au sein de Sandro au travers de son engagement au profit de Maison Mode Méditerranée et du lancement du prix Maison Mode Méditerranée x Sandro, récompensant des créateurs qui placent l'héritage culturel et l'excellence technique au centre de la création contemporaine. L'atteinte et le paiement sont de 100%. • En 2025, il a été déployé la politique handicap qui a permis une hausse des collaborateurs en situation de handicap chez Sandro en France de 230 % par rapport à l'objectif et dépassant le palier 3 de 73 %, correspondant à un paiement de 120 %.							
TOTAL	**100 %**		**100 %**	**995 000 €**	**100 %**		**85 %**	**845 642 €**	
TOTAL	**1 840 642 € (185 %)**								

* Le niveau de réalisation de ces critères a été examiné par le Comité des nominations et des rémunérations puis validé par le Conseil d'administration. Il n'est toutefois pas rendu public pour des raisons de confidentialité.

** La surperformance peut représenter au maximum 100 % de la rémunération fixe annuelle.

NIVEAU D'ATTEINTE DES OBJECTIFS EN 2025 DE MME JUDITH MILGROM, DIRECTRICE GÉNÉRALE DÉLÉGUÉE

	Performance				Surperformance**				
	Pondération	Réalisé*	% de paiement	Montant en euros correspondant	Pondération	Réalisé*	% de paiement	Montant en euros correspondant	Commentaire
Objectifs financiers	**75 %**		**100 %**	**746 250 €**	**100 %**		**85 %**	**841 107 €**	
Adj. EBIT Groupe	20 %	128 %	100 %	199 000 €	26,7 %	128 %	122 %	323 707 €	L'objectif Adj. EBIT Groupe de 2025 a été atteint à 128 %
Adj. EBIT EMEA	20 %	137,1 %	100 %	199 000 €	26,7 %	137,1%	122 %	323 707 €	L'objectif Adj. EBIT EMEA de 2025 a été atteint à 137,1 %
Ratio Free Cash Flow Groupe par rapport à l'Adjusted EBITDA Groupe	15 %	174,2 %	100 %	149 250 €	20%	174,2 %	12 %	23 880 €	L'objectif Ratio Free Cash Flow Groupe de 2025 a été atteint à 174,2 %
Adj. EBIT Maje	20 %	113,4 %	100 %	199 000 €	26,7 %	113,4 %	64 %	169 813 €	L'objectif Adj. EBIT Maje de 2025 a été atteint à 113,4 %
Objectifs extra-financiers	**25 %**	**117,9 %**	**100 %**	**248 750 €**	**25 %**	**117,9 %**	**17,9 %**	**44 402 €**	
RSE - Product	15 %	La part de produits plus responsables sur les collections Maje FW 25 & SS 25 est de +6 points par rapport à l'objectif correspondant à un paiement de 120 %.							
RSE - Planet	3,75 %	• L'atteinte de la part de matières recyclées est de 142,2 % par rapport à l'objectif sur les collections Maje FW 25 & SS 25 correspondant à un paiement de 120 %. • L'atteinte de la part de laine/ cachemire recyclés est de 109 % par rapport à l'objectif sur les collections Maje FW 25 & SS 25 correspondant à 118 % de paiement.							
RSE - People	2,5 % 3,75 %	• En 2025, la cause Pouvoir au Féminin a été développé au sein de Maje notamment au travers de différentes actions menées avec les partenaires Rêv'Elles et Les Filles de la Photo, permettant l'atteinte et le paiement de 100%. • En 2025, il a été déployé la politique handicap qui a permis une hausse des collaborateurs en situation de handicap chez Maje de 191,4 % par rapport à l'objectif et dépassant de 36,7 % le palier 3, correspondant à un paiement de 120%.							
TOTAL	**100 %**		**100 %**	**995 000 €**	**100 %**		**89 %**	**885 509 €**	
TOTAL	**1 880 509 € (189 %)**								

* Le niveau de réalisation de ces critères a été examiné par le Comité des nominations et des rémunérations puis validé par le Conseil d'administration. Il n'est toutefois pas rendu public pour des raisons de confidentialité.

** La surperformance peut représenter au maximum 100 % de la rémunération fixe annuelle.

NIVEAU D'ATTEINTE DES OBJECTIFS EN 2025 DE M. ILAN CHETRITE, DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ

	Performance				Surperformance**				
	Pondération	Réalisé*	% de paiement	Montant en euros correspondant	Pondération	Réalisé*	% de paiement	Montant en euros correspondant	Commentaire
Objectifs financiers	**75 %**		**100 %**	**487 500 €**	**100 %**		**92 %**	**598 867 €**	
Adj. EBIT Groupe	20 %	128 %	100 %	130 000 €	26,7 %	128 %	122 %	211 467 €	L'objectif Adj. EBIT Groupe de 2025 a été atteint à 128 %
Adj. EBIT EMEA	20 %	137,1 %	100 %	130 000 €	26,7 %	137,1 %	122 %	211 467 €	L'objectif Adj. EBIT EMEA de 2025 a été atteint à 137,1 %
Ratio Free Cash Flow Groupe par rapport à l'Adjusted EBITDA Groupe	15 %	174,2 %	100 %	97 500 €	20 %	174,2 %	12 %	15 600 €	L'objectif Ratio Free Cash Flow Groupe de 2025 a été atteint à 174,2 %
Adj. EBIT Sandro Homme	20 %	119,1 %	100 %	130 000 €	26,7 %	119,1 %	92,5 %	160 333 €	L'objectif Adj. EBIT Sandro Homme de 2025 a été atteint à 119,1 %
Indicateurs extra-financiers	**25 %**	**106,1 %**	**100 %**	**162 500 €**	**25 %**	**106,1 %**	**6,1 %**	**9 896 €**	
RSE - Product	15 %	La part de produits plus responsables sur les collections Sandro Homme FW 25 & SS 25 est de +2 points par rapport à l'objectif correspondant à un paiement de 120%.							
RSE - Planet	3,75 %	• L'atteinte de la part de matières recyclées est de 90,6 % par rapport à l'objectif sur les collections Sandro FW 25 & SS 25 correspondant à un paiement de 81,2 %. • L'atteinte de la part de laine/ cachemire recyclés est de 45 % par rapport à l'objectif sur les collections Sandro FW 25 & SS correspondant à un non-paiement.							
RSE - People	2,5 % 3,75 %	• En 2025, la cause "Promouvoir l'égalité des chances et la transmission du savoir-faire dans les métiers de la mode" a été développé au sein de Sandro au travers de son engagement au profit de Maison Mode Méditerranée et du lancement du prix Maison Mode Méditerranée x Sandro, récompensant des créateurs qui placent l'héritage culturel et l'excellence technique au centre de la création contemporaine. L'atteinte et le paiement sont de 100%. • En 2025, il a été déployé la politique handicap qui a permis une hausse des collaborateurs en situation de handicap chez Sandro en France de 230 % par rapport à l'objectif et dépassant de 73 % le palier 3, correspondant à un paiement de 120 %.							
TOTAL	**100 %**		**100 %**	**650 000 €**	**100 %**		**94 %**	**608 763 €**	
TOTAL	**1 258 763 € (194 %)**								

* Le niveau de réalisation de ces critères a été examiné par le Comité des nominations et des rémunérations puis validé par le Conseil d'administration. Il n'est toutefois pas rendu public pour des raisons de confidentialité.

** La surperformance peut représenter au maximum 100 % de la rémunération fixe annuelle.

Synthèse des rémunérations et des options et actions attribuées à chaque dirigeant mandataire social (Tableau 1 selon les recommandations du Code Afep-MEDEF)

CHRISTOPHE CUVILLIER, PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

(Montants en euros)	Exercice 2024	Exercice 2025
Rémunérations dues au titre de l'exercice *(détaillées au tableau 2)* [1]	161 000 €	161 000 €
Valorisation des rémunérations variables pluriannuelles attribuées au cours de l'exercice	0 €	0 €
Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice *(détaillées au tableau 4)*	Néant	Néant
Valorisation des actions attribuées gratuitement *(détaillées au tableau 6)*	Néant	Néant
TOTAL	**161 000 €**	**161 000 €**

(1) Christophe Cuvillier est rémunéré au titre de ses fonctions de Président du Conseil d'administration et de Président du Comité des nominations et des rémunérations.

ISABELLE GUICHOT, DIRECTEUR GÉNÉRAL

(Montants en euros)	Exercice 2024	Exercice 2025
Rémunérations dues au titre de l'exercice *(détaillées au tableau 2)*	951 213 €	2 016 559 €
Valorisation des rémunérations variables pluriannuelles attribuées au cours de l'exercice	0 €	0 €
Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice *(détaillées au tableau 4)*	Néant	Néant
Valorisation des actions attribuées gratuitement *(détaillées au tableau 6)*	442 510 €	623 773 €
TOTAL	**1 393 723 €**	**2 640 332 €**

ÉVELYNE CHETRITE, DIRECTRICE GÉNÉRALE DÉLÉGUÉE

(Montants en euros)	Exercice 2024	Exercice 2025
Rémunérations dues au titre de l'exercice *(détaillées au tableau 2)*	1 208 804 €	2 840 995 €
Valorisation des rémunérations variables pluriannuelles attribuées au cours de l'exercice	0 €	0 €
Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice *(détaillées au tableau 4)*	Néant	Néant
Valorisation des actions attribuées gratuitement *(détaillées au tableau 6)*	550 392 €	775 794 €
TOTAL	**1 759 196 €**	**3 616 789 €**

JUDITH MILGROM, DIRECTRICE GÉNÉRALE DÉLÉGUÉE

(Montants en euros)	Exercice 2024	Exercice 2025
Rémunérations dues au titre de l'exercice *(détaillées au tableau 2)*	1 206 438 €	2 875 509 €
Valorisation des rémunérations variables pluriannuelles attribuées au cours de l'exercice	0	0
Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice *(détaillées au tableau 4)*	Néant	Néant
Valorisation des actions attribuées gratuitement *(détaillées au tableau 6)*	550 392 €	775 794 €
TOTAL	**1 756 830 €**	**3 651 303 €**

ILAN CHETRITE, DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ

(Montants en euros)	Exercice 2024	Exercice 2025
Rémunérations dues au titre de l'exercice *(détaillées au tableau 2)*	805 675 €	1 908 763 €
Valorisation des rémunérations variables pluriannuelles attribuées au cours de l'exercice	0 €	0 €
Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice *(détaillées au tableau 4)*	Néant	Néant
Valorisation des actions attribuées gratuitement *(détaillées au tableau 6)*	359 499 €	506 917 €
TOTAL	**1 165 174 €**	**2 415 680 €**

Synthèse des rémunérations versées à chaque dirigeant mandataire social (Tableau 2 selon les recommandations du Code Afep-MEDEF)

CHRISTOPHE CUVILLIER, PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

	Exercice 2024		Exercice 2025	
(Montants en euros)	Montants dus	Montants versés	Montants dus	Montants versés
Rémunération fixe [1]	154 000 €	154 000 €	154 000€	154 000 €
Rémunération variable annuelle [2]	7 000 €	7 000 €	7 000€	7 000 €
Rémunération variable pluriannuelle	Néant	Néant	Néant	Néant
Rémunération exceptionnelle	Néant	Néant	Néant	Néant
Avantages en nature	Néant	Néant	Néant	Néant
TOTAL	**161 000 €**	**161 000 €**	**161 000€**	**161 000 €**

(1) Christophe Cuvillier perçoit une rémunération fixe au titre de ses fonctions de Président du Conseil d'administration et de Président du Comité des nominations et des rémunérations.
(2) Christophe Cuvillier perçoit une rémunération variable au titre de ses fonctions de Président du Comité des nominations et des rémunérations.

ISABELLE GUICHOT, DIRECTEUR GÉNÉRAL

	Exercice 2024		Exercice 2025	
(Montants en euros)	Montants dus	Montants versés	Montants dus	Montants versés
Rémunération fixe [1]	800 000 €	800 000 €	800 000 €	800 000 €
Rémunération variable annuelle [2]	134 000 €	230 000 €	1 200 000 €	134 000 €
Rémunération variable pluriannuelle	Néant	Néant	Néant	Néant
Rémunération exceptionnelle	Néant	Néant	Néant	Néant
Avantages en nature [3]	17 213 €	17 213 €	16 559 €	16 559 €
TOTAL	**951 213 €**	**1 047 213 €**	**2 016 559 €**	**950 559€**

(1) La rémunération fixe annuelle de Mme Isabelle Guichot a été fixée à 800 000 € pour 2024 et pour 2025 au titre de son mandat de Directeur Général de SMCP SA.
(2) La rémunération variable annuelle de Mme Isabelle Guichot inclut une rémunération versée au titre du mandat social de Mme Isabelle Guichot en tant que Directeur Général de SMCP SA, soumise à des conditions de performance. Pour l'année 2024, l'atteinte des objectifs est de 47 % sur l'Adj. EBIT Groupe et de 67 % sur les objectifs extra-financiers. Mme Guichot a perçu 16,8 % de la rémunération variable cible. Pour l'année 2025, l'atteinte des objectifs est de 128 % sur l'Adj. EBIT Groupe, 137,1 % sur l'Adj. EBIT EMEA, 174,2 % sur le ratio Free Cash Flow Groupe vs Adj. EBITDA et 115 % sur les objectifs extra-financiers. Mme Guichot percevra 150 % de la rémunération variable cible. Le détail est expliqué dans le tableau « Niveau d'atteinte des objectifs en 2025 ».
(3) Ce montant inclut un véhicule de fonction, ainsi que l'assurance GSC. Le montant des avantages en nature dus au titre de l'année en cours est estimé par rapport au montant versé cette année-là, ce qui peut engendrer des différences par rapport au montant final versé l'année suivante.

ÉVELYNE CHETRITE, DIRECTRICE GÉNÉRALE DÉLÉGUÉE

	Exercice 2024		Exercice 2025	
(Montants en euros)	**Montants dus**	**Montants versés**	**Montants dus**	**Montants versés**
Rémunération fixe [1]	995 000 €	995 000 €	995 000 €	995 000 €
Rémunération variable annuelle [2]	208 452 €	286 063 €	1 840 642 €	208 452 €
Rémunération variable pluriannuelle	Néant	Néant	Néant	Néant
Rémunération exceptionnelle	Néant	Néant	Néant	Néant
Avantages en nature [3]	5 352 €	5 352 €	5 352 €	5 352 €
TOTAL	**1 208 804 €**	**1 286 415 €**	**2 840 995 €**	**1 208 805 €**

(1) La rémunération fixe inclut les rémunérations fixes versées aux titres des mandats de Mme Évelyne Chetrite en tant que Directrice Générale Déléguée de SMCP SA, de Évelyne Chetrite SASU en tant que Président de la société Sandro Andy et en tant que Directrice Artistique de Sandro Femme.

(2) La rémunération variable annuelle de Mme Évelyne Chetrite inclut une rémunération versée au titre des mandats sociaux de Mme Évelyne Chetrite en tant que Directrice Générale Déléguée de SMCP SA et de Évelyne Chetrite SASU en tant que Président de la société Sandro Andy et en tant que Directrice Artistique de Sandro Femme, soumises à des conditions de performance. Pour l'année 2024, l'atteinte des objectifs est de 47 % sur l'Adj. EBIT Groupe, de 82,9 % sur l'Adj. EBIT Sandro et 78 % sur les objectifs extra-financiers. Mme Chetrite a perçu 21 % de la rémunération variable cible. Pour l'année 2025, l'atteinte des objectifs est de 128 % sur l'Adj. EBIT Groupe, 137,1 % sur l'Adj. EBIT EMEA, 174,2 % sur le ratio Free Cash Flow Groupe vs Adj. EBITDA, 112,6 % sur l'Adj. EBIT Sandro et 106,1% sur les objectifs extra-financiers. Mme Chetrite percevra 185 % de la rémunération variable cible. Le détail est expliqué dans le tableau « Niveau d'atteinte des objectifs en 2025 ».

(3) Ce montant inclut un véhicule de fonction. Le montant des avantages en nature dus au titre de l'année en cours est estimé par rapport au montant versé cette année-là, ce qui peut engendrer des différences par rapport au montant final versé l'année suivante.

JUDITH MILGROM, DIRECTRICE GÉNÉRALE DÉLÉGUÉE

	Exercice 2024		Exercice 2025	
(Montants en euros)	**Montants dus**	**Montants versés**	**Montants dus**	**Montants versés**
Rémunération fixe [1]	995 000 €	995 000 €	995 000 €	995 000 €
Rémunération variable annuelle [2]	211 438 €	286 063 €	1 880 509 €	211 438 €
Rémunération variable pluriannuelle	Néant	Néant	Néant	Néant
Rémunération exceptionnelle	Néant	Néant	Néant	Néant
Avantages en nature	Néant	Néant	Néant	Néant
TOTAL	**1 206 438 €**	**1 281 063 €**	**2 875 509 €**	**1 206 438 €**

(1) La rémunération fixe inclut les rémunérations fixes versées aux titres des mandats de Mme Judith Milgrom en tant que Directrice Générale Déléguée de SMCP SA, de Judith Milgrom SASU en tant que Président de la société Maje et en tant que Directrice Artistique de Maje.

(2) La rémunération variable annuelle de Mme Judith Milgrom inclut une rémunération versée au titre des mandats sociaux de Mme Judith Milgrom en tant que Directrice Générale Déléguée de SMCP SA et de Judith Milgrom SASU en tant que Président de la société Maje et en tant que Directrice Artistique de Maje, soumises à des conditions de performance. Pour l'année 2024, l'atteinte des objectifs est de 47 % sur l'Adj. EBIT Groupe, 71,1 % sur l'Adj. EBIT Maje et 85 % sur les objectifs extra-financiers. Mme Milgrom a perçu 21,3 % de la rémunération variable cible. Pour l'année 2025, l'atteinte des objectifs est de 128 % sur l'Adj. EBIT Groupe, 137,1 % sur l'Adj. EBIT EMEA, 174,2 % sur le ratio Free Cash Flow Groupe vs Adj. EBITDA, 113,4 % sur l'Adj. EBIT Maje et 117,9 % sur les objectifs extra-financiers. Mme Milgrom percevra 189 % de la rémunération variable cible. Le détail est expliqué dans le tableau « Niveau d'atteinte des objectifs en 2025 ».

ILAN CHETRITE, DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ

	Exercice 2024		Exercice 2025	
(Montants en euros)	**Montants dus**	**Montants versés**	**Montants dus**	**Montants versés**
Rémunération fixe [1]	650 000 €	650 000 €	650 000 €	650 000 €
Rémunération variable annuelle [2]	155 675 €	216 125 €	1 258 763 €	155 675 €
Rémunération variable pluriannuelle	Néant	Néant	Néant	Néant
Rémunération exceptionnelle	Néant	Néant	Néant	Néant
Avantages en nature	Néant	Néant	Néant	Néant
TOTAL	**805 675 €**	**866 125 €**	**1 908 763 €**	**805 675 €**

(1) La rémunération fixe inclut les rémunérations fixes versées au titre des mandats de M. Ilan Chetrite en tant que Directeur Général Délégué de SMCP SA, de Directeur Général de la société Sandro Andy et en tant que Directeur Artistique de Sandro Homme.

(2) La rémunération variable annuelle de M. Ilan Chetrite inclut une rémunération versée au titre du mandat social de M. Ilan Chetrite en tant que Directeur Général Délégué de SMCP SA, de Directeur Général de la société Sandro Andy et de Directeur Artistique de Sandro Homme, soumises à des conditions de performance. our l'année 2024, l'atteinte des objectifs est de 47 % sur l'Adj. EBIT Groupe, 86,9 % sur l'Adj. EBIT Sandro Homme et 85 % sur les objectifs extra-financiers. M. Chetrite a perçu 24 % de la rémunération variable cible. Pour l'année 2025, l'atteinte des objectifs est de 128 % sur l'Adj. EBIT Groupe, 137,1 % sur l'Adj. EBIT EMEA, 174,2 % sur le ratio Free Cash Flow Groupe vs Adj. EBITDA, 119,1 % sur l'Adj. EBIT Sandro Homme et 106,1 % sur les objectifs extra-financiers. M. Chetrite percevra 194 % de la rémunération variable cible. Le détail est expliqué dans le tableau « Niveau d'atteinte des objectifs en 2025 ».

Options de souscription ou d'achat d'actions attribuées durant l'exercice à chaque dirigeant mandataire social par l'émetteur et par toute société du Groupe (Tableau 4 selon les recommandations du Code Afep-MEDEF)

Aucune option de souscription ou d'achat d'actions n'a été attribuée à un dirigeant mandataire social au cours de l'exercice.

Options de souscription ou d'achat d'actions levées durant l'exercice par chaque dirigeant mandataire social (Tableau 5 selon les recommandations du Code Afep-MEDEF)

Aucune option de souscription ou d'achat d'actions n'a été levée par un dirigeant mandataire social au cours de l'exercice.

Actions de performance attribuées durant l'exercice à chaque dirigeant mandataire social par l'émetteur et par toute société du Groupe (Tableau 6 selon les recommandations du Code Afep-MEDEF)

	N° et date du plan	Nombre d'actions attribuées durant l'exercice	Valorisation des actions selon la méthode retenue pour les comptes consolidés	Date d'acquisition	Date de disponibilité	Conditions de performance
Christophe Cuvillier **Président du Conseil d'administration**	-	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant
Isabelle Guichot **Directeur Général**	Plan n° 9 10/12/2025	115 300	623 773 €	31/03/2029	31/03/2029	Conditions de performance liées à des objectifs financiers internes (pour 30 % sur l'Adj. EBIT Groupe et pour 20 % sur le chiffre d'affaires Groupe), à un objectif de TSR* (pour 30 %) et à des objectifs RSE (pour 10 % en interne et 10 % en externe).
Évelyne Chetrite **Directrice Générale Déléguée**	Plan n° 9 10/12/2025	143 400	775 794 €	31/03/2029	31/03/2029	Conditions de performance liées à des objectifs financiers internes (pour 30 % sur l'Adj. EBIT Groupe et pour 20 % sur le chiffre d'affaires Groupe), à un objectif de TSR* (pour 30 %) et à des objectifs RSE (pour 10 % en interne et 10 % en externe).
Judith Milgrom **Directrice Générale Déléguée**	Plan n° 9 10/12/2025	143 400	775 794 €	31/03/2029	31/03/2029	Conditions de performance liées à des objectifs financiers internes (pour 30 % sur l'Adj. EBIT Groupe et pour 20 % sur le chiffre d'affaires Groupe), à un objectif de TSR* (pour 30 %) et à des objectifs RSE (pour 10 % en interne et 10 % en externe).
Ilan Chetrite **Directeur Général Délégué**	Plan n° 9 10/12/2025	93 700	506 917 €	31/03/2029	31/03/2029	Conditions de performance liées à des objectifs financiers internes (pour 30 % sur l'Adj. EBIT Groupe et pour 20 % sur le chiffre d'affaires Groupe), à un objectif de TSR* (pour 30 %) et à des objectifs RSE (pour 10 % en interne et 10 % en externe).

* *Total Shareholder Return.*

Actions attribuées gratuitement devenues disponibles pour chaque mandataire social (Tableau 7 selon les recommandations du Code Afep-MEDEF)

	N° et date du plan	Nombre d'actions devenues disponibles durant l'exercice
Christophe Cuvillier, Président du Conseil d'administration	Néant	0
Isabelle Guichot, Directeur Général	Plan n° 5 du 14/12/2021	14 338
Évelyne Chetrite, Directrice Générale Déléguée	Plan n° 5 du 14/12/2021	17 831
Judith Milgrom, Directrice Générale Déléguée	Plan n° 5 du 14/12/2021	17 831
Ilan Chetrite, Directeur Général Délégué	Plan n° 5 du 14/12/2021	11 649

DESCRIPTION DU PLAN D'ACTIONS GRATUITES DE PERFORMANCE DE JANVIER 2022 (PLAN N° 5) PARTIELLEMENT ACQUIS ET LIVRÉ EN 2025

Le Conseil d'administration du 14 décembre 2021, sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale du 17 juin 2021, a mis en place un plan d'attribution d'actions gratuites de performance au bénéfice des mandataires sociaux exécutifs et membres du personnel salarié de la Société et de ses filiales.

Au titre de ce plan de janvier 2022 (Plan n° 5), 98 100 actions gratuites de performance avaient été attribuées à Mme Isabelle Guichot, Directeur Général, 122 000 à Mme Évelyne Chetrite, 122 000 à Mme Judith Milgrom, et 79 700 à M. Ilan Chetrite, Directeurs Généraux Délégués.

L'acquisition de ces actions était soumise à des conditions de présence (pendant toute la durée de la période concernée indiquée ci-dessous) et des conditions de performance interne pour 70 % (l'atteinte d'un niveau d'Adj. EBIT Groupe), externe pour 20 % (dépendant d'un objectif de TSR par rapport au TSR médian des sociétés intégrées à l'indice CAC *Mid and Small*), ainsi que d'objectifs RSE pour 10 %.

Les actions gratuites de performance ont été définitivement acquises aux bénéficiaires (sous réserve du respect des conditions de présence et de performance) par moitié, au terme de deux périodes d'acquisition de deux et trois ans débutant à la date d'attribution, ainsi :

- à l'issue de la première période d'acquisition, ont été livrées aux bénéficiaires le 31 mars 2024, sous réserve du respect de la condition de présence, 41,1 % des actions initialement attribuées ;
- à l'issue de la seconde période d'acquisition, ont été livrées aux bénéficiaires le 31 mars 2025, sous réserve du respect de la condition de présence, 29,23 % des actions initialement attribuées.

NIVEAU D'ATTEINTE DE L'ACQUISITION 2025 DU PLAN N° 5

	Pondération	% d'atteinte*	Description	Commentaire
Adj. EBIT Groupe	70 %	28,9 %	Moyenne de l'atteinte de l'objectif Adj. EBIT Groupe des années 2022, 2023 et 2024	En 2022, l'atteinte était de 86,7 % et en 2023 et 2024, le palier déclencheur n'a pas été atteint.
TSR	20 %	0 %	Comparaison du TSR SMCP vs le TSR CAC *Mid & Small* entre les 20 séances précédant le 01/01/2022 et le 01/01/2025	Le palier déclencheur n'a pas été atteint.
RSE	10 %	90 %	Moyenne de l'atteinte des objectifs des années 2022, 2023 et 2024	En 2022, l'atteinte était de 100 %, de 115 % en 2023 et de 55% en 2024.
TOTAL	**100 %**	**29,23 %**		

* Le niveau de réalisation de ces critères a été examiné par le Comité des nominations et des rémunérations puis validé par le Conseil d'administration. Il n'est toutefois pas rendu public pour des raisons de confidentialité.

Historique des attributions d'options de souscription ou d'achat d'actions (Tableau 8 selon les recommandations du Code Afep-MEDEF)

Néant.

Options de souscription ou d'achat d'actions consenties aux dix premiers salariés non mandataires sociaux attributaires et options levées par ces derniers (Tableau 9 selon les recommandations du Code Afep-MEDF)

Néant.

Historique des attributions gratuites d'actions (Tableau 10 selon les recommandations du Code Afep-MEDEF)

Plan d'attribution gratuite	Plan n° 5	Plan n° 5	Plan n° 6	Plan n° 6	Plan n° 7	Plan n° 7
Date d'assemblée	17/06/2021	17/06/2021	17/06/2021	17/06/2021	21/06/2023	21/06/2023
Date de la décision du Conseil d'administration	14/12/2021	09/03/2022	07/12/2022	23/03/2023	12/12/2023	21/03/2024
Nombre total d'actions attribuées	987 600	28 780	1 139 380	22 510	1 475 600	49 300
Mandataires sociaux :	421 800	Néant	455 600	Néant	589 100	Néant
Christophe Cuvillier, *Président du Conseil d'administration*	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant
Isabelle Guichot, *Directeur Général*	98 100	Néant	105 950	Néant	137 000	Néant
Évelyne Chetrite, *Directrice Générale Déléguée*	122 000	Néant	131 780	Néant	170 400	Néant
Judith Milgrom, *Directrice Générale Déléguée*	122 000	Néant	131 780	Néant	170 400	Néant
Ilan Chetrite, *Directeur Général Délégué*	79 700	Néant	86 090	Néant	111 300	Néant
Date d'acquisition des actions	31/03/2024 31/03/2025	01/07/2024 01/07/2025	31/03/2026	01/07/2026	31/03/2027	01/07/2027
Date de fin de période	31/03/2024 31/03/2025	01/07/2024 01/07/2025	31/03/2026	01/07/2026	31/03/2027	01/07/2027
Nombre d'actions souscrites	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant
Nombre cumulé d'actions annulées ou caduques	706 943	22 783	783 699	15 827	480 012	12 575
Actions attribuées gratuitement restantes en fin d'exercice	0	0	355 681	6 683	995 588	36 725

Plan d'attribution gratuite	Plan n° 8	Plan n°8	Plan n°9	Plan n°9
Date d'assemblée	6/06/2024	06/06/2024	12/06/2025	12/06/2025
Date de la décision du Conseil d'administration	11/12/2024	25/03/2025	12/06/2025	10/12/2025
Nombre total d'actions attribuées	1 475 900	75 800	13 800	1 243 400
Mandataires sociaux :	589 100	Néant	Néant	495 800
Christophe Cuvillier, *Président du Conseil d'administration*	Néant	Néant	Néant	Néant
Isabelle Guichot, *Directeur Général*	137 000	Néant	Néant	115 300
Évelyne Chetrite, *Directrice Générale Déléguée*	170 400	Néant	Néant	143 400
Judith Milgrom, *Directrice Générale Déléguée*	170 400	Néant	Néant	143 400
Ilan Chetrite, *Directeur Général Délégué*	111 300	Néant	Néant	93 700
Date d'acquisition des actions	31/03/2028	01/07/2028	01/07/2028	31/03/2029
Date de fin de période	31/03/2028	01/07/2028	01/07/2028	31/03/2029
Nombre d'actions souscrites	Néant	Néant	Néant	Néant
Nombre cumulé d'actions annulées ou caduques	102 501	4 808	193	0
Actions attribuées gratuitement restantes en fin d'exercice	1 373 399	70 992	13 607	1 243 400

Synthèse des engagements pris à l'égard des dirigeants mandataires sociaux (Tableau 11 selon les recommandations du Code Afep-MEDEF)

	Contrat de travail		Régime de retraite supplémentaire		Indemnités ou avantages dus ou susceptibles d'être dus à raison de la cessation ou du changement de fonctions		Indemnités relatives à une clause de non-concurrence	
Dirigeants mandataires sociaux	**Oui**	**Non**	**Oui**	**Non**	**Oui**	**Non**	**Oui**	**Non**
Christophe Cuvillier, Président du Conseil d'administration		X		X		X		X
Isabelle Guichot, Directeur Général		X		X	X		X	
Évelyne Chetrite, Directrice Générale Déléguée		X		X	X		X	
Judith Milgrom, Directrice Générale Déléguée		X		X	X		X	
Ilan Chetrite, Directeur Général Délégué		X		X	X		X	

Projets de résolutions établis par le Conseil d'administration en application de l'article L. 22-10-34 du Code de commerce soumis à l'Assemblée générale mixte du 11 juin 2026

HUITIÈME RÉSOLUTION
(Approbation, en application de l'article L. 22-10-34 II du Code de commerce, des éléments fixes, variables et exceptionnels composant la rémunération totale et les avantages de toute nature versés au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2025 ou attribués au titre du même exercice à M. Christophe Cuvillier, en sa qualité de Président du Conseil d'administration)

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise établi en application de l'article L. 225-37 du Code de commerce et qui figure à la section 4.2 du document d'enregistrement universel 2025 de la Société, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, approuve, en application de l'article L. 22-10-34 II du Code de commerce, les éléments fixes, variables et exceptionnels composant la rémunération totale et les avantages de toute nature versés ou attribués au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2025 à M. Christophe Cuvillier, Président du Conseil d'administration, tels que détaillés dans le rapport précité.

NEUVIÈME RÉSOLUTION
(Approbation, en application de l'article L. 22-10-34 II du Code de commerce, des éléments fixes, variables et exceptionnels, composant la rémunération totale et les avantages de toute nature versés au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2025 ou attribués au titre du même exercice à Mme Isabelle Guichot, en sa qualité de Directeur Général)

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise établi en application de l'article L. 225-37 du Code de commerce et qui figure à la section 4.2 du document d'enregistrement universel 2025 de la Société, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, approuve, en application de l'article L. 22-10-34 II du Code de commerce, les éléments fixes, variables et exceptionnels composant la rémunération totale et les avantages de toute nature versés ou attribués au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2025 à Mme Isabelle Guichot, Directeur Général, tels que détaillés dans le rapport précité.

DIXIÈME RÉSOLUTION
(Approbation, en application de l'article L. 22-10-34 II du Code de commerce, des éléments fixes, variables et exceptionnels, composant la rémunération totale et les avantages de toute nature versés au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2025 ou attribués au titre du même exercice à Mme Évelyne Chetrite, en sa qualité de Directrice Générale Déléguée)

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise établi en application de l'article L. 225-37 du Code de commerce et qui figure à la section 4.2 du document d'enregistrement universel 2025 de la Société, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, approuve, en application de l'article L. 22-10-34 II du Code de commerce, les éléments fixes, variables et exceptionnels composant la rémunération totale et les avantages de toute nature versés ou attribués au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2025 à Mme Évelyne Chetrite, Directrice Générale Déléguée, tels que détaillés dans le rapport précité.

ONZIÈME RÉSOLUTION
(Approbation, en application de l'article L. 22-10-34 II du Code de commerce, des éléments fixes, variables et exceptionnels, composant la rémunération totale et les avantages de toute nature versés au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2025 ou attribués au titre du même exercice à Mme Judith Milgrom, en sa qualité de Directrice Générale Déléguée)

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise établi en application de l'article L. 225-37 du Code de commerce et qui figure à la section 4.2 du document d'enregistrement universel 2025 de la Société, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, approuve, en application de l'article L. 22-10-34 II du Code de commerce, les éléments fixes, variables et exceptionnels composant la rémunération totale et les avantages de toute nature versés ou attribués au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2025 à Mme Judith Milgrom, Directrice Générale Déléguée, tels que détaillés dans le rapport précité.

DOUZIÈME RÉSOLUTION
(Approbation, en application de l'article L. 22-10-34 II du Code de commerce, des éléments fixes, variables et exceptionnels, composant la rémunération totale et les avantages de toute nature versés au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2025 ou attribués au titre du même exercice à M. Ilan Chetrite, en sa qualité de Directeur Général Délégué)

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise établi en application de l'article L. 225-37 du Code de commerce et qui figure à la section 4.2 du document d'enregistrement universel 2025 de la Société, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, approuve, en application de l'article L. 22-10-34 II du Code de commerce, les éléments fixes, variables et exceptionnels composant la rémunération totale et les avantages de toute nature versés ou attribués au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2025 à M. Ilan Chetrite, Directeur Général Délégué, tels que détaillés dans le rapport précité.

4.2.2.2 ADMINISTRATEURS

Le tableau ci-dessous présente les rémunérations perçues par les membres du Conseil d'administration au titre des exercices 2024 et 2025 :

Rémunérations perçues par les membres du Conseil d'administration (Tableau 3 selon les recommandations du Code Afep-MEDEF)

	Exercice 2024		Exercice 2025	
Membres du Conseil d'administration	**Montants dus**	**Montants versés**	**Montants dus**	**Montants versés**
Christophe Cuvillier	161 000 €	161 000 €	161 000 €	161 000 €
Isabelle Guichot	Néant	Néant	Néant	Néant
Évelyne Chetrite	Néant	Néant	Néant	Néant
Judith Milgrom	Néant	Néant	Néant	Néant
Orla Noonan	65 500 €	61 500 €	58 500 €	65 500 €
Dajun Yang *(jusqu'au 21 juin 2023)*	Néant	21 545 €	Néant	Néant
Christophe Chenut	50 000 €	50 000 €	46 000 €	50 000 €
Natalia Nikolaidi	63 500 €	58 392 €	57 500 €	63 500 €
Xavier Véret	58 500 €	54 500 €	51 500 €	58 500 €
Atalay Atasu *(depuis le 21 juin 2023)*	61 000 €	34 819 €	58 000 €	61 000 €
Lauren Schuller	Néant	Néant	Néant	Néant
Jean Loez *(depuis le 1er mars 2023)*	Néant	Néant	Néant	Néant
TOTAL	**459 500 €**	**441 756 €**	**432 500 €**	**459 500 €**

Projet de résolution établi par le Conseil d'administration en application de l'article L. 22-10-8 II du Code de commerce soumis à l'Assemblée générale mixte du 11 juin 2026

DIX-NEUVIÈME RÉSOLUTION
(Approbation, en application de l'article L. 22-10-8 II du Code de commerce, de la politique de rémunération des administrateurs)

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise établi en application de l'article L. 225-37 du Code de commerce et qui figure à la section 4.2 du document d'enregistrement universel 2025 de la Société, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, approuve, en application de l'article L. 22-10-8 II du Code de commerce, la politique de rémunération des administrateurs, telle que présentée dans le rapport précité.

4.2.2.3 NIVEAU DE RÉMUNÉRATION DES DIRIGEANTS MANDATAIRES SOCIAUX AU REGARD DE LA RÉMUNÉRATION DES SALARIÉS DE LA SOCIÉTÉ ET DE LA PERFORMANCE

Ratio entre le niveau de rémunération du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués et la rémunération moyenne et médiane des salariés de la Société

Pour le calcul des ratios présentés ci-dessous conformément à l'article L. 22-10-9 I 6° du Code de commerce, la Société s'est référée aux lignes directrices de l'Afep-MEDEF de décembre 2022.

En particulier :

- les ratios ci-dessous ont été calculés sur la base des rémunérations fixe et variable annuelle versées en N et au cours des exercices mentionnés ainsi que des actions gratuites de performance attribuées au cours des mêmes périodes et valorisées à leur valeur comptable au moment de leur attribution (étant précisé que la valorisation lors de l'attribution n'est pas nécessairement représentative de la valeur au moment du versement, en particulier si les conditions de performance ne sont pas remplies) ;
- la comparaison est limitée à quatre exercices en raison d'évolutions de la méthodologie de calcul et de l'accès aux données, ne permettant pas une comparabilité homogène sur cinq exercices ;
- pour les salariés, les éléments de rémunérations pris en compte dans le calcul sont en équivalent temps plein (ETP) ;
- en raison des effectifs très limités de SMCP SA, par souci de représentativité, a été inclus dans le calcul le périmètre des salariés de 100% des entités en France, présents sur une période de deux ans. Ce périmètre recouvre une large variété de fonctions exercées au sein du Groupe avec notamment les fonctions des équipes siège, les fonctions exercées en magasin ainsi qu'au sein des plateformes logistique ;
- l'Adjusted EBIT Groupe est un indicateur de performance suivi de manière régulière par le Groupe pour analyser et évaluer ses activités et leurs tendances, mesurer leur performance, préparer les prévisions de résultats et procéder à des décisions stratégiques.

COMPARAISON DU NIVEAU DE RÉMUNÉRATION DES DIRIGEANTS MANDATAIRES SOCIAUX AU REGARD DES SALARIÉS DE LA SOCIÉTÉ

	Exercice 2022		Exercice 2023		Exercice 2024		Exercice 2025	
Dirigeant mandataire social	Ratio sur rémunération moyenne	Ratio sur rémunération médiane	Ratio sur rémunération moyenne	Ratio sur rémunération médiane	Ratio sur rémunération moyenne	Ratio sur rémunération médiane	Ratio sur rémunération moyenne	Ratio sur rémunération médiane
M. Christophe Cuvillier	NA	NA	3,24	4,17	3,11	3,92	3,02	3,82
Mme Isabelle Guichot	35,33	46,89	29,36	46,89	28,76	36,25	29,57	37,32
Mme Évelyne Chetrite	55,94	74,11	41,20	53,14	35,47	44,70	37,27	47,05
Mme Judith Milgrom	55,74	73,97	35,30	45,53	35,36	44,57	37,23	46,99
M. Ilan Chetrite	36,41	48,32	29,70	38,31	23,66	29,82	24,65	31,12

ÉVOLUTION ANNUELLE DE LA RÉMUNÉRATION DES DIRIGEANTS MANDATAIRES SOCIAUX AU REGARD DE LA PERFORMANCE DE LA SOCIÉTÉ

	Exercice 2022	Exercice 2023	Exercice 2024	Exercice 2025
Rémunération de Christophe Cuvillier, Président du Conseil d'administration *(en euros)*	NA	169 432	161 000	161 000
Évolution vs N-1	*NA*	*NA*	*- 5 %*	*0%*
Rémunération d'Isabelle Guichot, Directeur Général *(en euros)*	1 730 474	1 536 926	1 489 723	1 574 332
Évolution vs N-1	*16%*	*- 11 %*	*- 3 %*	*6%*
Rémunération d'Évelyne Chetrite, Directrice Générale Déléguée *(en euros)*	2 735 071	2 156 506	1 836 807	1 984 599
Évolution vs N-1	*-2%*	*- 21 %*	*- 15 %*	*8%*
Rémunération de Judith Milgrom, Directrice Générale Déléguée *(en euros)*	2 729 781	1 847 613	1 831 455	1 982 232
Évolution vs N-1	*-2%*	*- 32 %*	*- 1 %*	*8%*
Rémunération d'Ilan Chetrite, Directeur Général Délégué *(en euros)*	1 783 289	1 554 685	1 225 624	1 312 592
Évolution vs N-1	*-2%*	*- 13 %*	*- 21 %*	*7%*
Adjusted EBIT Groupe *(hors IFRS, en milliers d'euros)*	96 473	61 595	38 000	75 950
Évolution vs N-1	*29%*	*- 36 %*	*- 38 %*	*100%*

4.2.3 Projet de résolutions soumis à l'Assemblée générale du 11 juin 2026

Projet de résolutions établi par le Conseil d'administration en application de l'article L. 22-10-34 I du Code de commerce soumis à l'Assemblée générale mixte du 11 juin 2026

DIX-HUITIÈME RÉSOLUTION
(Approbation des informations mentionnées au I de l'article L. 22-10-9 du Code de commerce)

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise établie en application de l'article L. 225-37 du Code de commerce et qui figure à la section 4.2 du document d'enregistrement universel 2025 de la Société, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées générales ordinaires, approuve, en application de l'article L. 22-10-34 I du Code de commerce, les informations mentionnées à l'article L. 22-10-9 I du Code de commerce telles que présentées dans le rapport précité.

4.3 Engagements avec les parties liées et Conventions

4.3.1 Opérations avec les apparentés

Les parties liées au Groupe comprennent notamment les actionnaires de la Société, les sociétés qui exerce un contrôle sur le Groupe et les principaux membres des organes de direction et de surveillance du Groupe (ou des membres proches de leurs familles).

Les données chiffrées précisant les relations avec ces parties liées figurent dans la Note 7.3 des comptes consolidés pour l'exercice clos le 31 décembre 2025 présentés au paragraphe 6.1.2 du présent document d'enregistrement universel.

La procédure appliquée pour qualifier et traiter les conventions entre SMCP ou ses filiales et leurs parties liées est décrite dans la charte interne sur les conventions réglementées et libres de la Société. Cette procédure prévoit l'information de la Direction juridique de toute convention susceptible d'intervenir entre la Société et une partie liée préalablement à sa conclusion, sauf s'il s'agit d'une convention conclue entre la Société et l'une de ses filiales à 100 %. La Direction juridique procédera à un examen du projet de convention, avec le soutien le cas échéant de la Direction financière et/ou de la Direction de l'audit interne, pour déterminer si le projet de convention relève de la procédure des conventions réglementées ou si à l'inverse, il répond aux critères des conventions courantes conclues à des conditions normales. Les conclusions de cette évaluation sont communiquées au Président du Conseil d'administration qui communique au Conseil d'administration les projets de conventions identifiées comme réglementées en vue de leur autorisation préalable. Le Conseil d'administration, sur la base des éléments qui lui sont communiqués et sur les recommandations du Comité d'audit, procède annuellement à la revue des conventions réglementées, déjà autorisées et conclues, dont l'exécution s'est poursuivie, afin d'évaluer si ces conventions répondent toujours aux critères qui avaient conduit à leur classification parmi les conventions réglementées et à la revue des motivations ayant conduit à l'autorisation des conventions conclues au cours d'un exercice antérieur dont l'exécution s'est poursuivie, afin de s'assurer que ces motivations demeurent inchangées. Toute convention réglementée nouvelle est soumise à l'approbation de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été conclue.

4.3.1.1 CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS AUTORISÉS ET CONCLUS AU COURS DE L'EXERCICE ÉCOULÉ

Aucune nouvelle convention ni aucun engagement n'a été autorisé et conclu au cours de l'exercice écoulé, en application des dispositions de l'article L. 225-38 du Code de commerce.

4.3.1.2 CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS APPROUVÉS AU COURS D'EXERCICES ANTÉRIEURS DONT L'EXÉCUTION S'EST POURSUIVIE AU COURS DE L'EXERCICE ÉCOULÉ

Il n'existe pas de conventions ou engagements approuvés au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution s'est poursuivie au cours de l'exercice écoulé.

4.3.2 Rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées

Assemblée générale d'approbation des comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

À l'assemblée générale de la société SMCP,

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

Il nous appartient de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques, les modalités essentielles ainsi que les motifs justifiant de l'intérêt pour la société des conventions dont nous avons été avisés ou que nous aurions découvertes à l'occasion de notre mission, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé ni à rechercher l'existence d'autres conventions. Il vous appartient, selon les termes de l'article R.225-31 du code de commerce, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Par ailleurs, il nous appartient, le cas échéant, de vous communiquer les informations prévues à l'article R.225-31 du code de commerce relatives à l'exécution, au cours de l'exercice écoulé, des conventions déjà approuvées par l'assemblée générale.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimé nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette mission.

Conventions soumises à l'approbation de l'assemblée générale

Conventions autorisées et conclues au cours de l'exercice écoulé

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention autorisée et conclue au cours de l'exercice écoulé à soumettre à l'approbation de l'assemblée générale en application des dispositions de l'article L225-38 du code de commerce.

Conventions déjà approuvées par l'assemblée générale

Conventions approuvées au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution s'est poursuivie au cours de l'exercice écoulé

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention déjà approuvée par l'assemblée générale dont l'exécution se serait poursuivie au cours de l'exercice écoulé.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 30 mars 2026

Les commissaires aux comptes

Grant Thornton	**Deloitte & Associés**
Membre français de Grant Thornton International	
Lionel CUDEY	Bénédicte SABADIE



5.

Analyse de l'activité et perspectives

5.1 Faits marquants 232
5.1.1 Faits marquants de l'exercice 2025 232
5.1.2 Faits marquants depuis le 1er janvier 2026 232

5.2 Analyse de l'activité et des résultats consolidés 233
5.2.1 Chiffres clés du compte de résultat 234
5.2.2 Évolution du nombre de points de vente 235
5.2.3 Chiffre d'affaires 236
5.2.4 Résultats 238

5.3 Cash-flow et flux de trésorerie 241
5.3.1 *Free cash flow* 241
5.3.2 Flux de trésorerie consolidés 242
5.3.3 Principales utilisations de la trésorerie du Groupe et politique d'investissement 243

5.4 Structure financière 244
5.4.1 Bilan 244
5.4.2 Structure de financement 245

5.5 Perspectives 248

5.1 Faits marquants

5.1.1 Faits marquants de l'exercice 2025

• **Actionnariat**

Le 11 août 2025, un communiqué de presse a été diffusé annonçant que la participation de 15,5% du capital de SMCP qui avait été cédée en 2021 à Dynamic Treasure Group Ltd a été restituée à European Topsoho S.à r.l. (ETS). Pour mémoire, ETS a été placée en procédure de faillite en février 2023 et est actuellement administrée par un curateur sous la supervision de la justice luxembourgeoise.

Le 27 novembre 2025, un communiqué de presse a été diffusé annonçant le lancement d'un processus de cession de participations pouvant aller jusqu'à 51,2% de son capital (voir le paragraphe 7.1.2 "Évolution de l'actionnariat" du présent document d'enregistrement universel).

Il était alors précisé :

- que le processus durerait plusieurs mois ;
- qu'au cas où la participation acquise représenterait plus de 30% du capital de la société, l'acquéreur de ce bloc (agissant seul ou de concert) pourrait être tenu de déposer un projet d'offre publique sur la totalité des actions SMCP ;
- qu'il n'existait néanmoins aucune certitude que ce processus aboutisse favorablement et que la décision finale de cession appartiendrait aux détenteurs des participations susvisées.

• **Conversion d'actions de préférence**

Le 1er janvier 2025, l'intégralité des 697 343 ADP G ont été converties en actions ordinaires. Il a été procédé à l'émission de 2 735 711 actions ordinaires nouvellement créées et les statuts de la Société ont été modifiés en conséquence. Le capital social se compose désormais de 78 326 898 actions ordinaires et s'élève à 86 159 587,80 euros.

• **Nouveaux partenariats de distribution**

Dans le cadre de sa stratégie de développement, le Groupe conclut régulièrement des partenariats dans des marchés porteurs avec un fort potentiel de croissance. En 2025, plusieurs nouveaux contrats ont été signés, dans les Balkans, en Géorgie, en Argentine et au Chili.

5.1.2 Faits marquants depuis le 1er janvier 2026

Néant

5.2 Analyse de l'activité et des résultats consolidés

Définitions et indicateurs de performance

POINTS DE VENTE

Le nombre de points de vente du Groupe comprend l'ensemble des points de vente ouverts à une date considérée (i) exploités en propre *(directly operated stores),* incluant 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).*

CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires se compose du total des ventes de produits (ventes au détail et ventes réalisées par les partenaires et plateformes électroniques tierces) net des promotions, réductions, TVA et autres taxes sur les ventes, et avant déduction des redevances versées aux grands magasins et des commissions versées aux affiliés.

CROISSANCE *LIKE-FOR-LIKE*

La croissance sur une base comparable correspond à la variation des 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. Les points de vente considérés comme comparables pour une période donnée comprennent tous les points de vente du Groupe ouverts à la même période l'année précédente 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). Les croissances des ventes sur une base comparable sont présentées à taux de change constants (les ventes d'une année N et d'une année N-1 en devises sont converties au taux moyen N-1, comme présenté dans les notes annexes aux comptes consolidés du Groupe au 31 décembre de l'année N considérée).

COÛT DES VENTES, MARGE BRUTE ET MARGE *RETAIL*

Le coût des ventes est principalement composé :

- du coût des marchandises vendues : matières premières, coûts de main-d'œuvre des façonniers, achat des produits finis ainsi que droits de douane, coûts de transport et de logistique ;
- des commissions versées aux grands magasins, aux affiliés, aux partenaires locaux ou aux sites Internet tiers ;
- des variations des stocks.

La marge brute comptable représente la somme du chiffre d'affaires réalisé par le Groupe, nette des coûts des ventes (y compris commissions versées aux grands magasins, aux affiliés, ou aux sites Internet tiers).

Le Groupe utilise comme indicateur opérationnel la marge brute de gestion, qui diffère de la marge brute comptable et est calculée avant déduction des commissions.

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

EBITDA AJUSTÉ ET EBITDA

L'EBITDA est défini par le Groupe comme étant le résultat opérationnel courant avant dotations aux amortissements et provisions. L'EBITDA 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. D'autres sociétés peuvent calculer l'EBITDA en suivant une définition différente de celle utilisée par le Groupe. La marge d'EBITDA correspond à l'EBITDA divisé par le chiffre d'affaires.

L'EBITDA ajusté est défini comme l'EBITDA avant charges liées aux plans d'attribution d'actions gratuites (LTIP). La marge d'EBITDA ajusté correspond à l'EBITDA ajusté divisé par le chiffre d'affaires.

EBIT AJUSTÉ ET EBIT

L'EBIT est défini par le Groupe comme le résultat avant intérêts et impôts.

L'EBIT ajusté correspond à l'EBIT avant charges liées aux plans d'attribution d'actions gratuites (LTIP). La marge d'EBIT ajusté correspond à l'EBIT ajusté divisé par le chiffre d'affaires.

FREE CASH FLOW

Le *free cash flow* est défini comme le flux net de trésorerie lié aux activités opérationnelles, après prise en compte (i) des investissements réalisés (hors acquisitions), (ii) du remboursement de la dette locative, (iii) des intérêts financiers versés et (iv) des écarts de change nets.

5.2.1 Chiffres clés du compte de résultat

(En millions d'euros)	**2024**	**2025**
Chiffre d'affaires	**1 212**	**1 217**
Coût des ventes [1]	(448)	(436)
Marge brute comptable	**763**	**782**
Charges de personnel	(289)	(293)
Autres produits et charges opérationnels	(258)	(257)
EBITDA ajusté	**216**	**231**
Marge d'EBITDA ajusté	*17,9 %*	*19,0%*
Dotations aux amortissements et aux provisions	(164)	(136)
EBIT ajusté	53	95
Marge d'EBIT ajusté	*4,4 %*	*7,8%*
Plans d'attribution d'actions gratuites (LTIP)	(2)	(4)
Résultat opérationnel courant	**51**	**91**
Autres produits et charges non courants	(35)	(31)
Résultat opérationnel	**16**	**60**
Résultat financier	**(32)**	**(30)**
Résultat avant impôt	**(16)**	**31**
Impôt sur le résultat	(7)	(14)
Résultat net	**(24)**	**17**

(1) Coût des ventes incluant les commissions.

5.2.2 Évolution du nombre de points de vente

Le tableau ci-dessous présente la répartition par marque et par zone géographique des points de vente du Groupe détenus en propre, au titre des périodes suivantes :

	Exercice clos au 31/12	
(Nombre de points de vente détenus en propre)	**2024**	**2025**
Par marque		
Sandro	564	539
Maje	468	453
Claudie Pierlot	185	166
Fursac	76	69
Par zone géographique		
France	473	424
EMEA	395	396
Amérique	178	168
APAC	247	239
TOTAL DES POINTS DE VENTE	**1 293**	**1 227**

Le tableau ci-dessous présente la répartition par marque et par zone géographique des points de vente du Groupe (incluant les partenaires), au titre des périodes suivantes :

	Exercice clos au 31/12	
(En nombre de points de vente, incluant les partenaires)	**2024**	**2025**
Par marque		
Sandro	755	746
Maje	621	624
Claudie Pierlot	209	184
Fursac	77	76
Par zone géographique		
France	473	424
EMEA	536	565
Amérique	226	210
APAC	427	431
TOTAL DES POINTS DE VENTE	**1 662**	**1 630**

Le nombre total de points de vente du Groupe a baissé au cours de l'exercice, passant de 1 662 à fin 2024 à 1 630 au 31 décembre 2025, soit 32 fermetures nettes. Le réseau de points de vente en direct a enregistré 66 fermetures nettes liées :

- au plan d'optimisation initié en 2024 et continué en 2025 en Chine et, pour les "Autres Marques", en Europe ;
- à la fermeture de points de vente dans certaines chaines de grands magasins (HBC au Canada, BHV-SGM en France).

En parallèle, en ligne avec les orientations stratégiques du Groupe, le développement du réseau des *Retail partners* s'est poursuivi (34 ouvertures nettes) avec l'ouverture d'une dizaine de nouveaux pays (dont Croatie, Philippines, Inde, Géorgie, Jordanie, Argentine et Chili).

Le tableau ci-dessous présente le nombre de points de vente par catégorie :

	Exercice clos au 31/12	
	2024	**2025**
Succursales	451	412
Concessions	550	530
Affiliés	57	52
Internet	122	127
Outlets	113	106
Total points de vente (détenus en propre)	**1 293**	**1 227**
Partenariats	369	403
TOTAL	**1 662**	**1 630**

5.2.3 Chiffre d'affaires

5.2.3.1 CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ

En 2025, le chiffre d'affaires consolidé s'est établi à 1 217 millions d'euros, en hausse de +0,5 % par rapport à 2024 en chiffres publiés et en hausse de +1,7% à taux de change constants, l'effet de change étant négatif d'environ un point. À périmètre de magasins constant (*like-for-like*), la variation est de + 2,1 %. La croissance du chiffre d'affaires en 2025 provient d'une bonne dynamique pour Sandro et Maje en EMEA et en Amérique du Nord.

Au premier semestre, le chiffre d'affaires consolidé a atteint 601 millions d'euros, en hausse de + 3,0 % en organique par rapport au premier semestre 2024. Les ventes dans le réseau LFL étaient en hausse de + 2,8 %. La croissance organique s'est élevée à + 12 % en Amérique, + 6 % en Europe, et + 2 % en France, mais - 8 % en APAC, toujours impactée par l'optimisation du réseau en Chine (65 fermetures en 2024).

Au second semestre, le chiffre d'affaires consolidé a atteint 616 millions d'euros, en légère progression de + 0,6 % en organique par rapport au second semestre 2024 (*like-for-like* + 1,5 %), et avec un effet de change négatif de 2 points. Les ventes sont en croissance en Amérique et en EMEA par rapport à 2024. En France, les ventes ont été affectées par un climat politique et social peu propice à la consommation, en particulier au quatrième trimestre. En Asie, bien que l'optimisation du réseau en Chine pèse encore sur le chiffre d'affaires, les efforts engagés portent leurs fruits avec une croissance like-for-like positive dans les magasins physiques, dans un contexte de réduction du taux moyen de discount.

L'évolution du chiffre d'affaires a été relativement similaire en magasins physiques et en e-commerce, aboutissant à une stabilisation de la pénétration digitale à environ 20 %.

Par ailleurs, la politique de maîtrise du discount a été poursuivie ; ainsi, malgré un environnement très promotionnel, le taux de remise moyen en saison a baissé de près de trois points par rapport à 2024, pour atteindre environ 20 %, un niveau historiquement bas qui reflète le *pricing power* et la désirabilité des marques.

5.2.3.2 CHIFFRE D'AFFAIRES PAR MARQUE ET PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

	Exercice clos au 31/12		Variation en	
(En millions d'euros – excepté les %)	**2024**	**2025**	**données publiées**	**Variation organique**
Par marque				
Sandro	605	609	+ 0,6 %	+ 2,0 %
Maje	458	465	+ 1,4 %	+ 2,9 %
Autres Marques	148	144	- 3,1 %	- 3,1 %
Par région				
France	418	411	- 1,6 %	- 1,6 %
EMEA	403	430	+ 6,8 %	+ 6,8 %
Amérique	183	193	+ 5,3 %	+ 10,1 %
APAC	208	183	- 11,9 %	- 8,8 %
TOTAL	**1 212**	**1 217**	**+ 0,5 %**	**+ 1,7 %**

Chiffre d'affaires par marque

Le Groupe organise ses activités autour de trois pôles : Sandro, Maje et la division *Autres Marques* qui rassemble les marques Claudie Pierlot et Fursac.

Au cours de l'exercice 2025, **Sandro** (+ 2,0 %) et **Maje** (+ 2,9 %) ont réalisé une performance solide en Amérique et en EMEA, mais ont été affectées par le climat politico-social en France, qui a pesé sur la consommation discrétionnaire, et par les effets de l'optimisation du réseau en Chine (effet année pleine des fermetures de 2024). La division **Autres Marques**, plus exposée à la France, enregistre une décroissance de - 3,1 %.

Chiffre d'affaires par zone géographique

En **France**, le Groupe a enregistré un chiffre d'affaires de 411 millions d'euros en 2025, en décroissance par rapport à 2024 (- 1,6 %, et - 0,6 % en *like-for-like*). Après un premier semestre positif (+ 2,3%), les ventes ont été affectées au second semestre par un climat politique et social peu propice à la consommation, en particulier au quatrième trimestre. Il est à noter que la base de comparaison du dernier trimestre 2024 était élevée.

Dans la zone **EMEA,** le chiffre d'affaires s'est élevé à 430 millions d'euros pour l'exercice 2025. Les ventes ont enregistré une progression de + 6,8 % en organique par rapport à 2024, portée par la croissance *like-for-like* (+ 5,4 %), qui est positive dans presque tous les marchés opérés en direct. Les partenaires ont également enregistré une bonne performance, notamment au Moyen-Orient et en Turquie.

L'**Amérique** a enregistré un chiffre d'affaires de 193 millions d'euros en 2025. Les ventes ont augmenté de + 5,3 % en données publiées, intégrant un effet de change négatif de - 4,8 points, et de + 10,1 % en organique (*like-for-like* + 5,2 %). La croissance est portée par l'augmentation des volumes et aussi par l'augmentation des prix aux États-Unis pour compenser l'augmentation des tarifs douaniers.

Enfin, dans la zone **APAC**, le chiffre d'affaires du Groupe s'est élevé à 183 millions d'euros en 2025 et a enregistré un recul de - 8,8 % en organique par rapport à 2024. Ce recul résulte, comme anticipé, de l'effet en 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 afin de dynamiser la désirabilité des marques. Le retour à une croissance like-for-like positive dans les magasins physiques en Chine (stable au S1 et en progression *low-single digit* au S2) 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 ont été résilientes dans plusieurs zones (Vietnam, Malaisie et Thaïlande).

Chiffre d'affaires par catégorie de points de vente

	Exercice clos au 31/12	
(En millions d'euros)	**2024**	**2025**
Succursales	357	345
Concessions	371	366
Outlets	152	158
Affiliés	27	24
Internet*	200	200
Partenariats	105	126
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES	**1 212**	**1 217**

* Ces données incluent le chiffre d'affaires réalisé sur les sites Internet des marques du Groupe et le chiffre d'affaires réalisé sur les sites Internet des grands magasins au sein desquels le Groupe exploite des concessions. Elles n'incluent pas le chiffre d'affaires Internet des partenariats. En incluant le chiffre d'affaires Internet des partenariats, le chiffre d'affaires Internet total s'élevait à 239 millions d'euros pour 2024 et à 246 millions d'euros pour 2025.

5.2.4 Résultats

5.2.4.1 COÛT DES VENTES

Le coût des ventes est passé de 448 millions d'euros en 2024 à 436 millions d'euros en 2025. En pourcentage du chiffre d'affaires, il baisse d'un point pour atteindre 36,0 %.

5.2.4.2 MARGE BRUTE DE GESTION ET MARGE *RETAIL*

La marge brute de gestion du Groupe est restée à un niveau élevé de 75,0 % du chiffre d'affaires en 2025 (74,4 % en 2024), porté par un taux moyen de discount bien maîtrisé tant en boutiques physiques qu'en e-commerce, et en baisse de trois points par rapport à 2024 (environ 20 %), malgré un environnement concurrentiel très promotionnel dans la plupart des marchés.

La marge *retail* du Groupe est passée de 338 millions en 2024 (28 % des ventes) à 370 millions d'euros en 2025 (30 % des ventes).

Le tableau suivant présente le rapprochement de la marge brute de gestion et de la marge *retail* avec la marge brute comptable telle qu'incluse dans les états financiers du Groupe pour les périodes suivantes :

	Exercice clos au 31/12	
(En millions d'euros)	**2024**	**2025**
Marge brute comptable	**763**	**782**
Retraitement des commissions et autres ajustements	138	132
Marge brute de gestion	**901**	**914**
Coûts directs des points de vente	(563)	(543)
Marge *retail*	**338**	**370**

5.2.4.3 FRAIS DE PERSONNEL

Les charges de personnel sont passées de 289 millions d'euros en 2024 à 293 millions d'euros en 2025. En poids du chiffre d'affaires, elles représentent 24 % du chiffre d'affaires en 2025, stable par rapport à 2024.

5.2.4.4 AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

Les autres produits et charges opérationnels concernent principalement les loyers (réseau de magasins, sièges sociaux, centres de distribution), les frais de marketing, les coûts de logistique et de commercialisation, ainsi que toute une gamme d'autres charges opérationnelles moins significatives, dont les frais bancaires liés au traitement des paiements dans les magasins, les honoraires (conseil, légal, audit), les frais de gestion, de déplacements, d'informatique et de téléphonie.

Ces autres produits et charges opérationnels constituent une charge nette de 257 millions d'euros en 2025 contre 258 millions d'euros en 2024 ; cette quasi-stabilité résulte d'une baisse de certaines charges grâce aux plans d'économies du Groupe, qui permet d'effacer les effets de l'inflation.

Le poids total des dépenses de marketing s'élève à près de 4 % des ventes en 2025, en ligne avec la stratégie du Groupe.

5.2.4.5 EBITDA AJUSTÉ, MARGE D'EBITDA AJUSTÉ ET EBITDA

Au titre de l'exercice 2025, l'EBITDA ajusté a progressé tant en valeur absolue qu'en pourcentage des ventes. Il s'est élevé à 231 millions d'euros, contre 216 millions d'euros en 2024, soit une augmentation de 7 %.

La marge d'EBITDA ajusté est passée de 18 % en 2024 à 19 % en 2025, grâce à la hausse du taux de marge brute et à une meilleure absorption des autres charges.

Après prise en compte de l'impact des plans d'attribution d'actions gratuites (4 millions d'euros en 2025), l'EBITDA ressort ainsi à 227 millions d'euros en 2025, contre 215 millions d'euros en 2024.

EBITDA AJUSTÉ ET MARGE D'EBITDA AJUSTÉ PAR MARQUE

	Exercice clos au 31/12	
(En millions d'euros)	**2024**	**2025**
EBITDA ajusté	**216**	**231**
Sandro	126	136
Maje	94	98
Autres Marques	(4)	(3)
Marge d'EBITDA ajusté	**17,9 %**	**19,0 %**
Sandro	20,8 %	22,3 %
Maje	20,6 %	21,1 %
Autres Marques	(2,6 %)	(1,9 %)

5.2.4.6 PASSAGE DE L'EBITDA AJUSTÉ À L'EBIT AJUSTÉ ET AU RÉSULTAT NET PART DU GROUPE

(En millions d'euros)	**2024**	**2025**
EBITDA ajusté	**216**	**231**
Dotations aux amortissements et aux provisions	(164)	(136)
EBIT ajusté	**53**	**95**
Plans d'attribution d'actions gratuites	(2)	(4)
Autres produits et charges non courants	(35)	(31)
Résultat opérationnel	**16**	**60**
Coût de l'endettement financier net	(31)	(28)
Autres produits et charges financiers	(2)	(1)
Résultat financier	**(32)**	**(30)**
Résultat avant impôt	**(16)**	**31**
Impôt sur le résultat	(7)	(14)
Résultat net	**(24)**	**17**

Dotations aux amortissements et aux provisions

Les *dotations aux amortissements et aux provisions* comprennent l'amortissement régulier du matériel (en particulier le mobilier, les installations et le matériel informatique dans les magasins et les entrepôts), ainsi que la dépréciation des immobilisations incorporelles (principalement les licences informatiques). Les provisions se composent essentiellement des provisions sur actif circulant, des provisions pour risques, des provisions pour engagements de retraite et des provisions pour litiges.

La charge d'amortissements et de provisions s'est élevée à 136 millions d'euros en 2025 (incluant 97 millions d'euros d'amortissement des droits d'utilisation) contre 164 millions d'euros en 2024 (incluant 112 millions d'euros d'amortissement des droits d'utilisation). Hors effet des IFRS (IFRS16 et IAS38), elles sont passées de 4,2 % des ventes en 2024 à 3,2 % en 2025. Le poids plus important en 2024 s'expliquait notamment par l'effet d'amortissements accélérés de boutiques que le Groupe avait décidé de fermer.

EBIT ajusté

En conséquence de tous les éléments précédents, l'EBIT ajusté s'établit à 95 millions d'euros en 2025, soit 7,8 % du chiffre d'affaires contre 53 millions d'euros en 2024 (4,4 % du chiffre d'affaires). La progression de près de 80% de l'EBIT ajusté permet d'effacer intégralement la baisse de rentabilité qui avait été observée en 2024 par rapport à 2023 (pour mémoire, l'EBIT ajusté de 2023 s'était élevé à 80 millions d'euros et 6,5 % du chiffre d'affaires).

Plans d'attribution d'actions gratuites

SMCP a enregistré une charge d'environ 4,0 millions d'euros liée aux plans d'attribution d'actions gratuites en 2025, contre une charge de 1,8 million d'euros en 2024. SMCP livre les plans d'attribution d'actions gratuites en ayant recours en priorité à des programmes de rachat d'actions.

Résultat opérationnel courant

En conséquence, le résultat opérationnel courant s'est élevé à 91 millions d'euros en 2025 contre 51 millions d'euros en 2024.

Autres produits et charges non courants

Les *autres produits et charges* regroupent les éléments du compte de résultat qui, en raison de leur nature, de leur montant ou de leur fréquence, ne peuvent être considérés comme inhérents à l'activité récurrente du Groupe. Cette rubrique comprend notamment (i) les coûts encourus lors de l'acquisition ou de la constitution de nouvelles entités, (ii) les éventuelles provisions pour dépréciation des marques, des droits au bail et du *goodwill* et les éventuelles plus-values ou moins-values comptabilisées lors de la cession d'actifs immobilisés lorsqu'elles sont significatives, (iii) les coûts des opérations en capital, les dépenses engagées au titre de litiges, ou tout autre produit ou charge non récurrent, y compris les plans d'attribution d'actions gratuites, que le Groupe présente de manière distincte pour faciliter la compréhension de la performance opérationnelle courante et permettre au lecteur des comptes de disposer d'éléments utiles dans une approche prévisionnelle des résultats.

Les autres charges non courantes se sont établies à - 31 millions d'euros en 2025 (contre - 35 millions d'euros en 2024) et sont constituées principalement d'*impairment* de boutiques (9 millions d'euros) et de marques et *goodwill* (21 millions d'euros, concernant Claudie Pierlot et Fursac), sans sortie de trésorerie pour le Groupe.

Résultat financier

Les *produits financiers et charges financières* comprennent les éléments financiers reconnus dans le bénéfice net ou la perte nette de l'exercice, y compris les intérêts à payer sur les instruments financiers calculés par la méthode des intérêts effectifs (principalement les découverts sur compte courant et les financements à moyen/long terme), les gains et pertes de change financiers, les gains et pertes sur instruments financiers dérivés, les dividendes reçus et la portion des frais financiers découlant de la comptabilisation des avantages pour le personnel (IAS 19).

Les charges financières, dans un contexte de taux d'intérêt et de marges qui s'améliorent, passent de -32 millions d'euros en 2024 (incluant -12 millions d'euros d'intérêts financiers portant sur la dette locative) à -30 millions d'euros en 2025 (incluant -15 millions d'euros d'intérêts financiers portant sur la dette locative). Le coût moyen de la dette tirée hors dette locative s'est élevé à 5,0 % en 2025.

Résultat avant impôt et Impôt sur le résultat

L'*impôt sur le résultat* comprend les impôts exigibles et les impôts différés. L'impôt sur le résultat est comptabilisé en bénéfice net ou perte nette pour l'exercice, à moins qu'il soit déclenché par des transactions comptabilisées directement en capitaux propres. Dans ce cas, les impôts différés passifs correspondants sont également comptabilisés en capitaux propres.

L'impôt courant sur le bénéfice imposable pour l'exercice représente la charge d'impôt calculée à l'aide du taux d'imposition en vigueur à la date de référence et de tous les ajustements de l'impôt à payer calculés durant les exercices précédents.

Les passifs d'impôts différés traduisent l'impact des différences temporaires entre la valeur comptable des actifs et des dettes des sociétés consolidées et leur valeur fiscale respective à utiliser pour déterminer le futur bénéfice imposable.

Le résultat avant impôt 2025 est un profit de 31 millions d'euros, contre une perte de -16 millions d'euros en 2024.

Résultat net – part du Groupe

En raison des facteurs décrits ci-dessus, le résultat net du Groupe s'est établi à 17 millions d'euros en 2025, en nette hausse sur l'exercice par rapport à la perte 2024 (-24 millions d'euros).

5.2.4.7 PASSAGE DU RÉSULTAT NET PART DU GROUPE AU BÉNÉFICE NET PAR ACTION (BNPA)

	Exercice clos au 31/12	
	2024	2025
Résultat net – Part du Groupe *(en M€)*	**(24)**	**17**
Nombre d'actions moyen		
Avant dilution [1]	75 250 537	77 927 480
Après dilution [2]	78 109 032	79 131 583
BNPA *(en €)*		
Avant dilution	(0,31)	0,21
Après dilution	(0,31)	0,21

(1) Nombre moyen d'actions ordinaires, diminué des actions d'autocontrôle existantes détenues par la Société.
(2) Nombre moyen d'actions ordinaires, diminué des actions détenues en propre par la Société et augmenté des actions ordinaires susceptibles d'être émises dans le futur. Celles-ci prennent en compte les actions gratuites de performance (LTIP) au prorata des critères de performance atteints au 31 décembre et, en 2024, prenaient également en compte la conversion des actions de préférence de catégorie G (intégralement converties au 1er janvier 2025).

5.3 Cash-flow et flux de trésorerie

5.3.1 *Free cash flow*

En 2025, la génération de *free cash flow* du Groupe a atteint un montant record de 91 millions d'euros, qui faisait suite à une génération déjà élevée en 2024 (49 millions d'euros).

En effet, en 2025, l'amélioration significative de l'EBITDA ainsi que le contrôle strict qu'a eu le Groupe sur ses stocks et ses investissements tout au long de l'année ont eu un effet positif sur la génération de cash.

Les flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles sont passés de 234 à 253 millions d'euros. La hausse de la capacité d'autofinancement, et l'effet positif de la variation du besoin en fonds de roulement (les stocks ont en effet baissé de 260 millions d'euros au 31 décembre 2024 à 233 millions d'euros à fin 2025, traduisant une gestion plus fine des approvisionnements et de l'allocation des stocks) ont été légèrement compensés par un décaissement d'impôt plus élevé.

En ce qui concerne les investissements, les décaissements de Capex s'élèvent à - 28 millions d'euros en 2025. Comme en 2024, les investissements en magasins ont été contrôlés, dans un environnement commercial qui demeure complexe.

Le remboursement de la dette locative correspond à l'application d'IFRS 16 et ressort à 117 millions d'euros.

Enfin, en ce qui concerne la charge d'intérêts, la baisse enregistrée entre 2024 et 2025 s'inscrit dans un contexte de désendettement continu tout au long de l'exercice, combiné à un effet taux (diminution des taux de marché) et un effet marge (amélioration du levier et donc des *spreads*).

(En millions d'euros)	**2024**	2025
Capacité d'autofinancement	215	229
Variation du besoin en fonds de roulement	29	35
Impôt sur le résultat payé	(10)	(12)
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles	**234**	**253**
Dépenses d'investissement (opérationnel et financier)	(39)	(28)
Remboursement dette locative	(127)	(117)
Intérêts financiers versés et autres	(19)	(16)
Écarts de change nets	1	(2)
Free cash flow	**49**	**91**

5.3.2 Flux de trésorerie consolidés

Le tableau ci-dessous résume les flux de trésorerie du Groupe pour 2024 et 2025 :

	Exercice clos au 31/12	
	2024	**2025**
Capacité d'autofinancement	**215**	**229**
(Augment.)/dimin. des créances clients et autres débiteurs et charges constatées d'avance	16	12
(Augment.)/dimin. des stocks nets de provisions	25	20
Augment./(dimin.) des dettes fournisseurs et autres créditeurs	(12)	4
Besoin en fonds de roulement	**29**	**35**
Impôts sur le résultat remboursés/(payés)	(10)	(12)
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles	**234**	**253**
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles	(44)	(32)
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	3	2
Acquisition d'instruments financiers	(2)	(2)
Cession d'instruments financiers	4	3
Acquisitions de filiales nettes de la trésorerie acquise	-	-
Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement	**(39)**	**(28)**
Programme de rachat d'actions propres	(0)	(1)
Émission des dettes	-	-
Remboursement des dettes financières	(56)	(75)
Remboursement dette locative	(127)	(117)
Autres produits et charges financiers	(0)	(3)
Intérêts financiers versés	(19)	(13)
Flux nets de trésorerie liés aux activités de financement	**(203)**	**(208)**
Écarts de change net	1	(2)
Variation nette de la trésorerie	**(7)**	**15**
Trésorerie à l'ouverture	34	27
Trésorerie à la clôture	27	42

La trésorerie nette provenant des activités de financement a représenté un décaissement net de 208 millions d'euros au cours de l'exercice 2025.

La variation des dettes financières comprend notamment le remboursement de 15 millions d'euros de Term loan A, de 47 millions d'euros de prêts garantis par l'État et de 15 millions d'euros du tirage de la RCF (non tirée à la clôture 2025). L'encours de NEU CP a légèrement augmenté en 2025, passant de 25 à 30 millions d'euros.

5.3.3 Principales utilisations de la trésorerie du Groupe et politique d'investissement

5.3.3.1 DÉPENSES D'INVESTISSEMENT

Les investissements du Groupe sont principalement opérationnels et visent à soutenir la croissance sur ses marchés actuels et futurs, dans tous les canaux de distribution (physique et digital). Ils se répartissent entre les catégories suivantes :

- ouvertures de nouveaux points de vente ;
- rénovations des points de ventes existants ;
- infrastructures et autres dépenses (comprenant notamment les frais relatifs au siège, les investissements liés aux systèmes d'information, à la logistique et au digital).

Les dépenses d'investissement du Groupe (hors instruments financiers) pour l'exercice 2025 correspondent à un décaissement de 30 millions d'euros, qui comprend les ouvertures de nouveaux points de vente (environ 25 % du total), les rénovations et la maintenance des points de vente existants (environ 40 % du total) et les dépenses d'infrastructures et autres (environ 35 % du total).

5.3.3.2 PAIEMENT D'INTÉRÊTS ET REMBOURSEMENT D'EMPRUNTS

Une partie importante des flux de trésorerie du Groupe est affectée au service et au remboursement de son endettement, comme indiqué au paragraphe 5.3.1.

Informations sur les délais de paiement des fournisseurs et des clients

Conformément aux articles L. 441-6-1 et D. 441-1 et D. 441-4 du Code de commerce, sont présentées ci-dessous les informations relatives aux délais de paiement des fournisseurs et des clients :

	Article D. 441 I. -1° : Factures reçues non réglées						Article D. 441 I.-2° : Factures émises non réglées					
(En milliers d'euros)	0 jour (indicatif)	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	Plus de 90 jours	Total (1 jour et plus)	0 jour (indicatif)	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	Plus de 90 jours	Total (1 jour et plus)
(A) Tranches de retard de paiement												
Nombre de factures concernées	7	-	1	4	-	5	5	-	-	-	-	-
Montant total des factures concernées (TTC)	278,3	-	6,4	- 12,6	-	- 6,2	5.122,9	-	-	-	-	-
Pourcentage du montant total des factures concernées (TTC)	13,2 %	-	0,3 %	- 0,6 %	-	- 0,3 %						
Pourcentage du chiffre d'affaires de l'exercice (TTC)							57,7 %	-	-	-	-	-
(B) Factures exclues de (A) relatives à des dettes ou des créances litigieuses ou non comptabilisées												
Nombre total de factures exclues	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Montant total des factures exclues (TTC)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(C) Délais de paiement de référence utilisés (contractuel ou délai légal – article L. 441-6 ou article L. 443-1 du Code de commerce												
Délais de paiement utilisés pour le calcul des retards de paiement	Délais contractuels : entre 30 et 45 jours fin de mois						Délais contractuels : 30 jours					
	Délais légaux : 45 jours fin de mois						Délais légaux : 45 jours fin de mois					

5.4 Structure financière

5.4.1 Bilan

ACTIF

(En millions d'euros)	Au 31/12/2024	Au 31/12/2025
Goodwill	604	585
Immobilisations incorporelles & droits d'utilisation	1 139	1 071
Immobilisations corporelles	80	71
Actifs financiers non courants	17	14
Actifs d'impôts différés	30	27
Actif non courant	**1 870**	**1 769**
Stocks	260	233
Créances clients et comptes rattachés	69	60
Autres créances	51	41
Trésorerie et équivalents de trésorerie	49	47
Actif courant	**429**	**381**
TOTAL ACTIF	**2 298**	**2 150**

PASSIF & CAPITAUX PROPRES

(En millions d'euros)	Au 31/12/2024	Au 31/12/2025
Total des capitaux propres	**1 163**	**1 172**
Dettes locatives à long terme	344	293
Dettes financières à long terme	159	91
Autres passifs non courants	1	1
Provisions non courantes	5	4
Provisions pour engagements de retraites à prestations définies	5	5
Passif d'impôts différés	164	164
Passif non courant	**676**	**558**
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	143	139
Dettes locatives à court terme	101	91
Concours bancaires et dettes financières à court terme	126	104
Provisions courantes	2	2
Autres dettes courantes	87	85
Passif courant	**459**	**420**
TOTAL PASSIF ET CAPITAUX PROPRES	**2 298**	**2 150**

5.4.2 Structure de financement

5.4.2.1 APERÇU

En dehors de la trésorerie, qui comprend principalement les flux nets liés aux activités opérationnelles, le Groupe a principalement recours au financement bancaire, qui comprend principalement un emprunt amortissable (*Term loan A*), une ligne de crédit *revolving* et des Prêts garantis par l'État (PGE), ainsi qu'un programme de NEU CP, des lignes de concours bancaires à court terme. SMCP Group SAS est l'emprunteur principal et la Société est le garant de l'emprunteur en dehors des Prêts garantis par l'État. Tous les financements à moyen/long terme cités ci-dessus sont libellés en euros.

Par ailleurs, le Groupe adopte une politique de placement court terme de ses disponibilités auprès de ses banques partenaires.

5.4.2.2 PASSIFS FINANCIERS

Endettement financier net

(En millions d'euros)	Au 31/12/2024	Au 31/12/2025
Dettes financières à long terme & autres passifs non courants	(159)	(92)
Concours bancaires et dettes financières à court terme	(126)	(102)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	49	47
Dette financière nette	**(237)**	**(148)**
EBITDA ajusté sur les douze derniers mois hors IFRS 16	92	117
Dette financière nette/EBITDA ajusté	**2,6x**	**1,3x**

La **dette financière nette** a diminué de 38 % en un an, passant de 237 millions d'euros au 31 décembre 2024 à 148 millions d'euros à fin 2025. Cette diminution de la dette nette, conjuguée à une amélioration de l'EBITDA, résulte en un ratio dette financière nette/EBITDA [1] en très nette amélioration, passant de 2,6x au 31 décembre 2024 à 1,3x à fin 2025. Ce ratio respecte le niveau contractuel de 2,5x.

Passifs financiers

Les passifs financiers du Groupe s'élevaient à 286 millions d'euros au 31 décembre 2024 et à 195 millions d'euros au 31 décembre 2025.

Le tableau ci-après présente la répartition de la dette brute du Groupe aux dates indiquées :

	Exercice clos au 31/12	
(En millions d'euros)	2024	2025
Emprunts	**217**	**154**
Term loan A	90	74
PGE	127	80
Concours bancaires	**22**	**5**
Autres emprunts et dettes financières	**48**	**36**
NEU CP	25	30
Autres emprunts et intérêts courus	22	6
Endettement financier brut	**286**	**195**

(1) EBITDA ajusté sur les 12 derniers mois (hors IFRS 16).

Les principaux éléments constituant les passifs financiers du Groupe sont détaillés ci-après.

La Facilité de crédit : *Term loan A* et ligne de crédit *revolving* – 465 millions d'euros

Le *Term loan A* et la ligne de crédit *revolving* ont été mises en place en mai 2019. Cette Facilité a été consentie par un syndicat de 14 banques internationales. Elle ne prévoit pas de sûretés.

Le *Term loan A* est un crédit de 265 millions d'euros intégralement tiré à la signature. Initialement remboursable en plusieurs tranches jusqu'en mai 2024, la dernière échéance a fait l'objet d'extensions, dont la dernière, conclue en 2025, a amené la maturité de ce crédit à mai 2027. A la clôture de l'exercice, le capital restant dû était de 75 millions d'euros.

La ligne de crédit *revolving* de 200 millions d'euros, dont l'échéance initiale était en mai 2024, a également été étendue jusqu'en mai 2027. Une tranche de 50 millions d'euros nommée « Swingline » permet de faire des tirages en valeur jour. Au 31 décembre 2025, cette ligne était non tirée.

Le programme de NEU CP – 200 millions d'euros

Le NEU CP est un programme de Billets de Trésorerie en euros déposé auprès de la Banque de France et dont le montant maximal d'utilisation est de 200 millions d'euros. Il a pour objectif d'optimiser le coût de la dette du Groupe et de diversifier ses sources de financement. À la clôture de l'exercice 2025, le montant émis était de 30 millions d'euros.

Les Prêts garantis par l'État (PGE) – 140 et 53 millions d'euros

Le premier Prêt garanti par l'État est un crédit de 140 millions d'euros intégralement tiré à la date de signature, en juin 2020. Ce crédit, garanti par l'État français à hauteur de 90 %, et d'une maturité initiale de 12 mois, a été étendu jusqu'en juin 2026.

Le second Prêt garanti par l'État, d'un montant de 53 millions d'euros, a été émis en juin 2021, et sa maturité a été étendue jusqu'en juin 2027.

À fin 2025, le capital restant dû pour le total de ces deux prêts garantis par l'État était de 80 millions d'euros.

5.4.2.3 INTÉRÊTS ET FRAIS

Les prêts contractés en vertu de la Facilité de crédit porteront intérêt à un taux variable indexé sur l'EURIBOR ou l'ESTER de la période tirée majoré de la marge applicable.

La marge applicable était à la date de clôture de l'exercice de 2,15 % par an pour le *Term loan A* et 1,75 % par an pour la ligne de crédit *revolving* (RCF). En 2026, compte tenu du ratio de levier au 31 décembre 2024, la marge applicable passe à 2,00 % par an pour le Term loan A et 1,60 % par an pour la RCF.

Le tableau ci-dessous présente l'échelonnement de la marge en fonction du ratio de levier (dette nette totale/EBITDA (hors impact IFRS 16) consolidé du Groupe) :

Ratio de levier (dette nette totale/EBITDA consolidé avant IFRS 16)	Marge Term loan A	Marge RCF
< 2,5x et ⩾ 2,0x	2,30 %	1,90 %
< 2,0x et ⩾ 1,5x	2,15 %	1,75 %
< 1,5x et ⩾ 1,0x	2,00 %	1,60 %
< 1,0x	1,85 %	1,45 %

En ce qui concerne la seule ligne de crédit revolving, le Groupe est tenu de payer une commission d'engagement égale à 35 % de la marge applicable par an, calculée sur les engagements non tirés et non annulés.

Les Prêts garantis par l'État, une fois passée la première année, portent intérêt. Le Groupe supporte des frais liés à la garantie de l'État.

Dans le cadre de son programme d'émission NEU CP, le prix d'émission est fonction de l'offre et la demande sur ce marché et de la maturité des titres émis. Le Groupe a constaté un taux moyen de dette émise de 4,0 % par an pour l'ensemble des émissions faites en 2025.

5.4.2.4 ENGAGEMENTS ET CLAUSES RESTRICTIVES

La Facilité de crédit et les Prêts garantis par l'État contiennent certains engagements de faire ou de ne pas faire, notamment de ne pas :

- retirer la société SMCP SA de la cote ;
- réaliser des fusions (à l'exception de celles qui n'impliquent pas la Société elle-même) ;
- céder des actifs significatifs ;
- procéder à un changement de la nature de l'activité du Groupe ;
- avec dans certains cas des réserves de montants stipulées et des exceptions usuelles pour ce type de financement.

La Facilité de crédit et les Prêts garantis par l'État imposent également le maintien d'un ratio de levier qui limite le montant de la dette pouvant être contractée le Groupe (voir le paragraphe 5.4.2.3 « Intérêts et frais » ci-dessus) et restreint le paiement de dividendes de SMCP SA à ses actionnaires. Le Groupe peut distribuer un maximum de 50 % du résultat net annuel consolidé.

Les Prêts garantis par l'État contiennent des engagements additionnels, notamment de :

- ne pas lever de dette additionnelle tant que le ratio de levier n'est pas inférieur à 3,0x ;
- ne pas réaliser d'acquisition tant que le ratio de levier n'est pas inférieur à 2,5x et limiter les acquisitions à un montant de 25 millions d'euros par an les années suivantes et uniquement en vue d'acquérir un partenaire distributeur du Groupe.

5.4.2.5 CAS DE REMBOURSEMENT ANTICIPÉ VOLONTAIRE

La Facilité de crédit et les Prêts garantis par l'État autorisent des remboursements anticipés volontaires moyennant un préavis. Des coûts de réemploi s'appliqueront si le remboursement anticipé est effectué à une date autre que la fin d'une période d'intérêts.

5.4.2.6 CAS DE REMBOURSEMENT ANTICIPÉ OBLIGATOIRE

La Facilité de crédit et les Prêts garantis par l'État prévoient un remboursement anticipé obligatoire en cas de changement de contrôle, défini comme la situation où un actionnaire autre que l'actionnaire majoritaire à la date d'émission des emprunts (European TopSoho S.à r.l.) prendrait le contrôle de la Société en en détenant plus de 50 % des droits de vote, ainsi qu'en cas de retrait de la cote ou de cession de la totalité de l'activité et/ou des actifs du Groupe.

Les Prêts garantis par l'État prévoient également un remboursement anticipé obligatoire en cas de remboursement anticipé volontaire de la Facilité de crédit et en cas d'émission de dette sur les marchés de capitaux.

5.5 Perspectives

Les prévisions, objectifs et tendances présentés ci-dessous sont fondés sur des données, des hypothèses et des estimations, notamment en matière de perspectives économiques, considérées comme raisonnables par le Groupe à la date du présent document d'enregistrement universel.

Les chiffres, données, hypothèses, estimations et objectifs présentés ci-dessous sont susceptibles d'évoluer ou d'être modifiés de façon imprévisible, en fonction, entre autres, de l'évolution de l'environnement économique, financier, concurrentiel, légal, réglementaire, comptable et fiscal ou en fonction d'autres facteurs dont le Groupe n'aurait pas connaissance à la date du présent document d'enregistrement universel.

En outre, la matérialisation de certains risques décrits au paragraphe 2.1 « Facteurs de risque » du présent document d'enregistrement universel pourrait avoir un impact négatif sur les activités, la situation financière, la situation de marché, les résultats ou les perspectives du Groupe et donc remettre en cause sa capacité à réaliser les prévisions et objectifs présentés ci-dessous.

Par ailleurs, la réalisation de ces prévisions et objectifs suppose le succès de la stratégie du Groupe et de sa mise en œuvre.

Par conséquent, le Groupe ne prend aucun engagement ni ne donne aucune garantie quant à la réalisation des objectifs et prévisions figurant à la présente section.

PERSPECTIVES

Depuis plusieurs années, le secteur du *retail* fait face à une incertitude persistante des conditions de marché, en raison de facteurs macro-économiques, politiques et géopolitiques ou encore sanitaires. En 2024 et 2025, le Groupe a lancé et poursuivi la mise en œuvre d'un plan d'actions à moyen terme, qui s'articulait autour de quatre priorités :

- **relancer la croissance et gagner des parts de marché**, en travaillant en particulier sur la désirabilité des marques, leur positionnement, l'architecture des collections et en maximisant l'offre de produits ;
- **profiter à plein d'une empreinte géographique mondiale, équilibrée et diversifiée**, notamment en rééquilibrant l'empreinte géographique par zone pour les magasins opérés en propre, tout en accélérant le développement sur les pays où le Groupe distribue ses produits *via* des distributeurs locaux ;
- **gagner en agilité et tirer profit des dernières innovations pour améliorer l'efficacité au service de la rentabilité**, par exemple en optimisant les achats de matières et produits ;
- **gestion disciplinée au service d'une rentabilité accrue et d'une structure financière solide**, par une revue systématique de toutes les lignes de coûts et une maitrise de la dette.

Dans ce contexte, après une amélioration sensible de la rentabilité en 2025, qui inscrit le Groupe dans une trajectoire de croissance des marges, SMCP vise pour 2026 une poursuite de cette tendance :

- 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 (hors frais exceptionnels liés à une éventuelle opération sur le capital de SMCP) pour l'exercice. Ce niveau, plus normatif en 2026 après une année 2025 exceptionnelle, s'inscrira néanmoins dans la poursuite du désendettement du Groupe.



6.

États financiers

6.1 Comptes consolidés 252

6.1.1 États financiers consolidés 252

6.1.2 Notes annexes aux états financiers consolidés 258

6.1.3 Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés 298

6.2 Comptes sociaux 302

6.2.1 Comptes sociaux de SMCP SA 302

6.2.2 Notes annexes 305

6.2.3 Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels 310

6.2.4 Tableau des résultats au cours des 5 derniers exercices 314

6.1 Comptes consolidés

6.1.1 États financiers consolidés

6.1.1.1 COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

(En millions d'euros)	Notes	31/12/2024	31/12/2025
Chiffre d'affaires	**5.1**	**1 211,7**	**1 217,4**
Coût des ventes	5.2	(448,4)	(435,7)
Marge brute		**763,3**	**781,7**
Autres produits et charges opérationnels	5.3	(257,7)	(257,3)
Charges de personnel	5.4	(289,2)	(293,1)
Dotations et reprises aux amortissements et aux provisions		(163,5)	(136,1)
Plans d'attribution gratuite d'actions	5.5	(1,8)	(4,0)
Résultat opérationnel courant		**51,2**	**91,2**
Autres produits et charges	5.6	(35,2)	(30,8)
Résultat opérationnel		**16,0**	**60,4**
Produits et charges financiers		(1,8)	(1,4)
Coût de l'endettement financier net		(30,6)	(28,3)
Résultat financier	**5.7**	**(32,4)**	**(29,7)**
Résultat avant impôt		**(16,4)**	**30,7**
Impôt sur le résultat	5.8	(7,2)	(14,1)
Résultat net		**(23,6)**	**16,6**
Résultat net - part du Groupe		**(23,6)**	**16,6**
Résultat de base par action - part du Groupe *(en €)*	5.9	(0,31)	0,21
Résultat dilué par action - part du Groupe *(en €)* [1]	5.9	(0,31)	**0,21**

(1) Le résultat par action dilué ne pouvant pas avoir un effet relutif, il était donc identique au 31 décembre 2024 au résultat par action.

6.1.1.2 ÉTAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ

(En millions d'euros)	Notes	31/12/2024	31/12/2025
Résultat net		**(23,6)**	**16,6**
Réévaluation du passif net au titre des prestations définies	6.13	0,6	0,1
Éléments non recyclables en résultat		**0,6**	**0,1**
Gains/(pertes) sur instruments financiers dérivés (couvertures de flux de trésorerie) nets d'impôt	6.17	(0,2)	0,5
Écarts de change résultant de la conversion des activités à l'étranger		3,6	(9,3)
Éléments recyclables en résultat		**3,4**	**(8,8)**
Autres éléments du résultat global, net d'impôt		**4,0**	**(8,7)**
RÉSULTAT GLOBAL TOTAL		**(19,6)**	**7,8**

6.1.1.3 ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE CONSOLIDÉE

ACTIF

(En millions d'euros)	Notes	31/12/2024	31/12/2025
Goodwill	6.1.1	604,3	585,5
Marques	6.1.2	663,0	660,3
Autres immobilisations incorporelles	6.1.2	12,1	10,4
Immobilisations corporelles	6.2	79,7	70,8
Droits d'utilisation	6.3.1	464,0	400,4
Actifs financiers non courants	6.5	16,8	14,2
Actif d'impôts différés	5.8.2	29,6	27,2
Actif non courant		**1 869,6**	**1 768,8**
Stocks	6.6	260,2	233,0
Créances clients et comptes rattachés	6.7	69,0	60,0
Autres actifs courants	6.8	50,8	40,5
Trésorerie et équivalents de trésorerie	6.9	48,5	47,4
Actif courant		**428,5**	**380,9**
TOTAL ACTIF		**2 298,1**	**2 149,7**

PASSIF ET CAPITAUX PROPRES

(En millions d'euros)	Notes	31/12/2024	31/12/2025
Capital social		83,9	86,2
Primes		949,5	947,3
Réserves et report à nouveau		133,3	142,8
Actions d'auto-contrôle		(3,6)	(4,6)
Capitaux propres - part du Groupe	**6.10**	**1 163,1**	**1 171,7**
Total des capitaux propres		**1 163,1**	**1 171,7**
Dettes locatives à long terme	6.3.2	343,5	293,3
Dettes financières à long terme	6.11	158,7	90,5
Autres passifs non courants	6.11	0,6	0,7
Provisions non courantes	6.12	4,9	4,4
Provisions pour engagements de retraites à prestations définies	6.13	4,6	4,9
Passif d'impôts différés	5.8.2	163,9	164,3
Passifs non courants		**676,2**	**558,1**
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	6.14	143,4	138,8
Dettes locatives à court terme	6.3.2	100,7	90,5
Concours bancaires et dettes financières à court terme	6.11	126,4	103,7
Provisions courantes	6.12	1,6	1,8
Autres passifs courants	6.15	86,7	85,1
Passifs courants		**458,8**	**419,9**
TOTAL PASSIF ET CAPITAUX PROPRES		**2 298,1**	**2 149,7**

6.1.1.4 TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉS

(En millions d'euros)	Notes	31/12/2024	31/12/2025
Résultat avant impôts	6.1.1.1	**(16,4)**	**30,7**
Dotations et reprises aux amortissements et aux provisions		163,5	136,1
Résultat financier		32,4	29,7
Autres produits et charges sans contrepartie en trésorerie		35,3	32,8
Capacité d'autofinancement		**214,7**	**229,3**
(Augment.)/dimin. des créances clients et autres débiteurs et charges constatées d'avance		16,3	11,5
(Augment.)/dimin. des stocks nets de provisions		25,2	19,7
Augment./(dimin.) des dettes fournisseurs et autres créditeurs		(12,2)	4,2
Besoin en fonds de roulement		**29,3**	**35,4**
Impôts sur le résultat remboursés/(payés)		(10,1)	(11,6)
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles		**233,9**	**253,2**
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles	6.1.2 / 6.2	(43,7)	(31,6)
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles		2,5	2,0
Acquisition d'instruments financiers		(1,6)	(1,7)
Cession d'instruments financiers		3,8	3,3
Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement		**(38,8)**	**(28,0)**
Programme de rachat d'actions propres		(0,4)	(1,3)
Remboursement des dettes financières	6.11	(55,5)	(74,6)
Remboursement dette locative	6.3	(127,5)	(116,7)
Autres produits et charges financiers	5.7	(0,3)	(2,7)
Intérêts financiers versés	5.7	(18,9)	(13,1)
Flux nets de trésorerie liés aux activités de financement		**(202,6)**	**(208,4)**
Écarts de change nets		0,5	(1,6)
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE		**(7,0)**	**15,2**
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture		50,9	48,5
Soldes créditeurs de banques à l'ouverture		(17,2)	(21,7)
TRÉSORERIE À L'OUVERTURE	**6.9**	**33,7**	**26,8**
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture		48,5	47,4
Soldes créditeurs de banques à la clôture		(21,7)	(5,5)
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE	**6.9**	**26,8**	**41,9**

6.1.1.5 TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES

(En millions d'euros)	Notes	Nombre d'actions	Capital social	Primes	Actions d'auto-contrôle	Réserves et report à nouveau
SOLDE AU 1er JANVIER 2024	**6.10.1**	**76 288 530**	**83,9**	**949,6**	**(5,0)**	**140,2**
Résultat net au 31 décembre 2023		-	-	-	-	-
Écarts actuariels cumulés sur régimes de retraite à prestations définies, nets d'impôts		-	-	-	-	-
Écarts de change résultant de la conversion des activités à l'étranger		-	-	-	-	-
Gains/(pertes) sur instruments financiers dérivés (couvertures de flux de trésorerie) nets d'impôt		-	-	-	-	-
Autres éléments du résultat global		-	-	-	-	-
Résultat global total		**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
Affectation du résultat N-1		-	-	-	-	11,2
Dividendes versés		-	-	-	-	-
Augmentation/réduction de capital		-	-	-	-	-
Conversion des actions gratuites		-	-	-	-	-
Conversion des actions de préférence G		-	-	-	-	-
Plans d'attribution gratuite d'actions		-	-	-	1,8	1,1
Acquisition de titres d'auto-contrôle		-	-	-	(0,4)	-
Total des opérations avec les actionnaires		**-**	**-**	**-**	**1,4**	**12,3**
SOLDE AU 31 DÉCEMBRE 2024		**76 288 530**	**83,9**	**949,5**	**(3,6)**	**152,5**
Résultat net au 31 décembre 2025		-	-	-	-	-
Écarts actuariels cumulés sur régimes de retraite à prestations définies, nets d'impôts		-	-	-	-	-
Écarts de change résultant de la conversion des activités à l'étranger		-	-	-	-	-
Gains/(pertes) sur instruments financiers dérivés (couvertures de flux de trésorerie) nets d'impôt		-	-	-	-	-
Autres éléments du résultat global		**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
Résultat global total		**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
Affectation du résultat N-1		-	-	-	-	(23,6)
Dividendes versés		-	-	-	-	-
Augmentation/réduction de capital		-	-	-	-	-
Conversion des actions gratuites		-	-	-	-	-
Conversion des actions de préférence G		2 038 368	2,2	(2,2)	-	-
Plans d'attribution gratuite d'actions		-	-	-	0,1	1,7
Acquisition de titres d'auto-contrôle		-	-	-	(1,0)	-
Total des opérations avec les actionnaires		**2 038 368**	**2,2**	**(2,2)**	**(1,0)**	**(21,9)**
SOLDE AU 31 DÉCEMBRE 2025		**78 326 898**	**86,2**	**947,3**	**(4,6)**	**130,6**

Réévaluation du passif des régimes à prestations définies	Écarts de conversion	Couverture de flux de trésorerie futurs	Résultat net - Part du Groupe	Total Part du Groupe	Total des capitaux propres
1,3	**(0,9)**	**(0,2)**	**11,2**	**1 180,1**	**1 180,1**
-	-	-	(23,6)	(23,6)	(23,6)
0,6	-	-	-	0,6	0,6
-	3,6	-	-	3,6	3,6
-	-	(0,2)	-	(0,2)	(0,2)
0,6	3,6	(0,2)	-	4,0	4,0
0,6	**3,6**	**(0,2)**	**(23,6)**	**(19,6)**	**(19,6)**
-	-	-	(11,2)	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	2,9	2,9
-	-	-	-	(0,4)	(0,4)
-	**-**	**-**	**(11,2)**	**2,4**	**2,4**
1,9	**2,8**	**(0,4)**	**(23,6)**	**1 163,1**	**1 163,1**
-	-	-	16,6	16,6	16,6
0,1	-	-	-	0,1	0,1
-	(9,3)	-	-	(9,3)	(9,3)
-	-	0,5	-	0,5	0,5
0,1	(9,3)	0,5	-	(8,7)	(8,7)
0,1	**(9,3)**	**0,5**	**16,6**	**7,8**	**7,8**
-	-	-	23,6	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	1,8	1,8
-	-	-	-	(1,0)	(1,0)
-	**-**	**-**	**23,6**	**0,8**	**0,8**
2,0	**(6,5)**	**0,1**	**16,6**	**1 171,7**	**1 171,7**

6.1.2 Notes annexes aux états financiers consolidés

Note 1 Informations générales 259
1.1 Présentation du Groupe 259
1.2 Faits significatifs 259
1.3 Déclaration de conformité et base de préparation 259

Note 2 Règles et méthodes comptables 260
2.1 Principes généraux et déclaration de conformité 260
2.2 Évolutions du référentiel comptable applicable à SMCP 260
2.3 Méthodes comptables 260
2.4 Jugements et estimations 260
2.5 Prise en compte des risques climatiques 260
2.6 Principes de consolidation 261
2.7 Conversion des états financiers en devises étrangères 261

Note 3 Variations de périmètre 262

Note 4 Information sectorielle 263
4.1 Les secteurs opérationnels du Groupe 263
4.2 Informations financières par secteur opérationnel 263
4.3 Indicateurs clés de performance 264
4.4 Par zone géographique 265
4.5 Informations par client-clé 265

Note 5 Informations sur le compte de résultat 266
5.1 Chiffre d'affaires 266
5.2 Coût des ventes 267
5.3 Autres produits et charges opérationnels 267
5.4 Charges de personnel 267
5.5 Paiements en actions 268
5.6 Autres produits et charges 269
5.7 Produits et charges financiers 270
5.8 Impôt sur le résultat 270
5.9 Résultat par action 272

Note 6 Détail de l'état de la situation financière 273
6.1 *Goodwill* et immobilisations incorporelles 273
6.2 Immobilisations corporelles 276
6.3 Contrats de location 277
6.4 Tests de perte de valeur 281
6.5 Actifs financiers non courants 283
6.6 Stocks 283
6.7 Créances clients et comptes rattachés 284
6.8 Autres actifs courants 285
6.9 Trésorerie et équivalents de trésorerie 285
6.10 Capitaux propres 285
6.11 Dettes financières 286
6.12 Provisions courantes et non courantes 287
6.13 Avantages du personnel 288
6.14 Dettes fournisseurs et comptes rattachés 289
6.15 Autres passifs courants 289
6.16 Juste valeur des actifs et passifs financiers 289
6.17 Instruments financiers et gestion du risque de marché 291

Note 7 Engagements hors bilan 294
7.1 Engagements reçus 294
7.2 Engagements donnés 294

Note 8 Autres informations 295
8.1 Effectifs 295
8.2 Honoraires DES commissaires aux comptes 295
8.3 Transactions avec des parties liées 295
8.4 Périmètre de consolidation 297
8.5 Événements postérieurs à la clôture 297

Note 1 Informations générales

Les comptes ont été arrêtés par le Conseil d'administration en date du 26 février 2026 et seront soumis à approbation lors de l'Assemblée générale du 11 juin 2026.

Les comptes consolidés présentés sont « résumés » dans la mesure où ils comportent les seules notes annexes présentant un caractère significatif ou permettant de comprendre les évolutions de l'activité et de la situation financière du Groupe au cours de l'exercice. Ils sont extraits des comptes consolidés arrêtés par le Conseil d'administration comportant l'ensemble des Notes annexes requises par le référentiel IFRS tel qu'adopté par l'Union européenne.

1.1 PRÉSENTATION DU GROUPE

SMCP SA a été constituée en France le 19 avril 2016 sous la forme d'une Société Anonyme par actions.

Le Groupe consolidé (le « Groupe ») comprend la société mère, SMCP SA, et ses filiales. Le siège social de la Société est établi au 49, rue Étienne Marcel, 75001 Paris, France. Elle est cotée sur Euronext Paris depuis octobre 2017.

Les principales activités du Groupe sont la création et la commercialisation de vêtements et d'accessoires sur le segment du luxe accessible sous les marques Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac, principalement dans des boutiques, *corners* de grands magasins ou sites Internet en propre, en France et à l'international.

Au 31 décembre 2025, le Groupe exploite 1 630 magasins (dont 746 Sandro, 624 Maje, 184 Claudie Pierlot et 76 Fursac), dont 1 227 gérés en propre (dont 539 Sandro, 453 Maje, 166 Claudie Pierlot et 69 Fursac), et 403 gérés à travers des partenariats. Ces marques sont présentes à l'international dans 59 pays.

1.2 FAITS SIGNIFICATIFS

Conversion d'actions de préférence

Le 1er janvier 2025, l'intégralité des 697 343 ADP G ont été converties en actions ordinaires. En conséquence, il a été procédé à l'émission de 2 735 711 actions ordinaires nouvellement créées et les statuts de la Société ont été modifiés en conséquence. Le capital social se compose désormais de 78 326 898 actions ordinaires et s'élève à 86 159 587,80 euros.

Actionnariat

Le 11 août 2025, un communiqué de presse a été diffusé annonçant que la participation de 15,5% du capital de SMCP qui avait été cédée en 2021 à Dynamic Treasure Group Ltd a été restituée à European Topsoho S.à r.l. (ETS). Pour mémoire, ETS a été placée en procédure de faillite en février 2023 et est actuellement administrée par un curateur sous la supervision de la justice luxembourgeoise.

Le 27 novembre 2025, un communiqué de presse a été diffusé annonçant le lancement d'un processus de cession de participations pouvant aller jusqu'à 51,2% de son capital (voir paragraphe 7.1.2 "Évolution de l'actionnariat" du présent document d'enregistrement universel).

Il était alors précisé :

- que le processus durerait plusieurs mois ;
- qu'au cas où la participation acquise représenterait plus de 30% du capital de la société, l'acquéreur de ce bloc (agissant seul ou de concert) pourrait être tenu de déposer un projet d'offre publique sur la totalité des actions SMCP ;
- qu'il n'existait néanmoins aucune certitude que ce processus aboutisse favorablement et que la décision finale de cession appartiendrait aux détenteurs des participations susvisées.

1.3 DÉCLARATION DE CONFORMITÉ ET BASE DE PRÉPARATION

Les comptes consolidés du Groupe au 31 décembre 2025 couvrent l'année civile 2025.

Tous les montants sont exprimés en millions d'euros, sauf indication contraire.

Les comptes consolidés du Groupe ont été établis conformément aux normes comptables internationales *International Financial Reporting Standards* (IFRS, *cf.* Note 2.2) telles qu'adoptées par l'Union européenne et d'application obligatoire au 31 décembre 2025 ; aucune norme ou interprétation n'a fait l'objet d'une application anticipée.

Ces normes et interprétations sont disponibles sur le site Internet de l'Union européenne (*cf.* Note 2.2 pour le détail des nouveaux textes appliqués et des textes ultérieurement applicables).

Les comptes consolidés ont été établis selon le principe du coût historique, sauf pour les actifs et passifs financiers pour lesquels une évaluation à la juste valeur est requise par les IFRS.

Note 2

Règles et méthodes comptables

2.1 PRINCIPES GÉNÉRAUX ET DÉCLARATION DE CONFORMITÉ

En application du règlement (CE) n° 1606/2002 du 19 juillet 2002, les états financiers consolidés du groupe SMCP de l'exercice 2025 ont été établis en conformité avec les normes comptables internationales telles que publiées et approuvées par l'Union européenne à la date de clôture de ces états financiers et qui sont d'application obligatoire à cette date.

Les normes internationales comprennent les IFRS *(International Financial Reporting Standards)*, les IAS *(International Accounting Standards)* et les interprétations de l'IFRS IC *(International Financial Reporting Standards Interpretations Committee)*.

L'ensemble des textes adoptés par l'Union européenne est disponible sur le site Internet du droit de l'Union européenne à l'adresse suivante : http://eur-lex.europa.eu/homepage.html.

2.2 ÉVOLUTIONS DU RÉFÉRENTIEL COMPTABLE APPLICABLE À SMCP

2.2.1 Normes, amendements et interprétations adoptés par l'Union européenne et applicables au 1er janvier 2025

Les normes, amendements et interprétations applicables de manière obligatoire à compter du 1er janvier 2025 n'ont pas eu d'impact significatif sur les états financiers du Groupe.

2.2.2 Normes, amendements et interprétations applicables postérieurement au 1er janvier 2026

IFRS 18 « Présentation et information à fournir dans les états financiers ». Les effets de l'application de la norme IFRS 18 sur la présentation des états financiers, d'application obligatoire à compter du 1er janvier 2027, sont en cours d'analyse.

2.2.3 Normes, amendements et interprétations publiés et non encore approuvés par l'Union européenne

- Amélioration à la norme IFRS 9 « Instruments financiers » et à la norme IFRS 7 « Instruments financiers : informations à fournir ; Modifications apportées au classement et à l'évaluation des instruments financiers ».
- Améliorations annuelles – Processus annuel d'amélioration des normes IFRS1, IFRS 7, IFRS 9, IFRS 10 et IAS 7.

2.3 MÉTHODES COMPTABLES

Dans chacune des notes annexes de ce document, les méthodes comptables appliquées par le Groupe sont présentées dans une zone de texte en surbrillance.

2.4 JUGEMENTS ET ESTIMATIONS

La préparation des états financiers exige de la Direction qu'elle pose des jugements, des estimations et des hypothèses qui ont une incidence sur les montants des actifs, passifs, produits et charges comptabilisés dans les états financiers. Les principales estimations et hypothèses se rapportent notamment à :

- l'évaluation des actifs incorporels, des marques et du *goodwill* (Note 6.4) ;
- l'évaluation des actifs d'impôts différés (Note 5.8) ;
- la détermination des provisions (Note 6.12) ;
- l'estimation des hypothèses de renouvellement des baux et l'évaluation des droits d'utilisation correspondants, ainsi que leurs valeurs résiduelles éventuelles en particulier celle des droits au bail dans l'environnement français (Note 6.3) ;
- les dépréciations des stocks (Note 6.6) ;
- les provisions retours IFRS 15 (Note 5.1).

Un changement des circonstances sur lesquelles sont fondées ces estimations, l'obtention de nouvelles informations ou l'expérience acquise peuvent conduire la direction à réexaminer ces estimations. De fait, les estimations utilisées au 31 décembre 2025 pourraient subir des modifications significatives à l'avenir.

Ces hypothèses qui sous-tendent les principales estimations et les jugements sont décrites dans les notes annexes de ce rapport.

2.5 PRISE EN COMPTE DES RISQUES CLIMATIQUES

À l'heure actuelle, l'exposition du groupe SMCP aux conséquences du changement climatique reste limitée, et ses impacts sur les états financiers sont jugés peu significatifs.

Le Groupe mesure depuis plusieurs années les émissions de gaz à effet de serre liées à son activité et est engagé dans une stratégie de réduction de son empreinte carbone. À ce titre, le Groupe s'est engagé à réduire en valeur absolue entre 2021 et 2030 de 42,5 % ses émissions directes (consommation d'énergie des sites principalement) et de 25 % ses émissions indirectes liées à la production et au transport des produits. Ces objectifs ont été validés en décembre 2024 par l'initiative *Science-Based Targets* (SBTi), organisation internationale de référence évaluant de façon indépendante la compatibilité des trajectoires carbone des entreprises avec les objectifs fixés par l'accord de Paris sur le climat.

La mise en œuvre de cette stratégie s'appuie sur un plan d'actions reposant sur :

- le recours à des matières à plus faible impact environnemental (recyclées, biologiques, etc.) ;
- l'amélioration de la performance énergétique des fournisseurs ;
- la réduction du transport aérien ;
- la gestion des stocks *via* le *demand planning ;*
- l'utilisation d'électricité d'origine renouvelable dans les boutiques et la réduction de leur consommation d'énergie.

En ce qui concerne l'impact sur les *business plans*, sur la base desquels les tests de dépréciation des actifs incorporels à durée de vie indéfinie sont réalisés, l'exécution de cette stratégie se traduit à la fois :

- par certains investissements (Capex, dont les investissements de rénovations de boutiques) ;
- par des dépenses figurant en compte de résultat (charges opérationnelles, notamment les coûts de fret ou des matières premières) ;
- ainsi que par la prise en compte de certaines hypothèses de construction des business plans (par exemple, le ratio entre le coût d'approvisionnement des produits par SMCP et le prix de vente au client final).

Ces éléments sont pris en compte dans la construction financière des business plans, en particulier à court terme, en se fondant sur la connaissance des hypothèses actuelles et les évolutions jugées les plus probables à court terme.

À plus long terme, les effets du changement climatique ne sont pas chiffrables à ce stade.

2.6 PRINCIPES DE CONSOLIDATION

Le Groupe applique les normes IFRS 10 « États financiers consolidés » et IFRS 12 « Informations à fournir sur les intérêts détenus dans d'autres entités ».

La norme IFRS 10, qui traite de la comptabilisation des états financiers consolidés, présente un modèle unique de consolidation qui identifie le contrôle comme étant le critère à remplir pour consolider une entité. Un investisseur exerce le contrôle sur une entité détenue s'il est exposé aux rendements variables de l'entité, ou s'il a des droits sur ces rendements variables en raison de son implication dans cette entité, et s'il a la capacité d'utiliser son pouvoir sur l'entité pour influer sur le montant de ces rendements.

Les filiales sont l'ensemble des entités sur lesquelles le Groupe exerce le contrôle.

Les filiales sont consolidées à compter de la date à laquelle le Groupe en obtient le contrôle, et sont déconsolidées à la date à laquelle elles cessent d'être contrôlées par le Groupe.

Les soldes et opérations intragroupes sont éliminés.

Les sociétés consolidées clôturent leurs comptes au 31 décembre de chaque année et appliquent les règles et méthodes comptables définies par le Groupe.

L'ensemble des filiales détenues par le Groupe sont comprises dans le périmètre de consolidation (Note 8.4).

2.7 CONVERSION DES ÉTATS FINANCIERS EN DEVISES ÉTRANGÈRES

2.7.1 Opérations et soldes

Les états financiers libellés en devises étrangères des entités consolidées par le Groupe sont convertis au taux de change en vigueur à la date de clôture. Le taux de change s'entend par rapport à l'euro, qui est la monnaie de présentation des états financiers du Groupe.

Les états financiers de ces entités qui ont été établis dans une devise fonctionnelle différente sont convertis en euros :

- au taux de change en vigueur en fin de période pour les actifs et passifs ;
- au taux de change en vigueur à la date de l'opération pour les produits et charges, ou au taux de change moyen durant la période si ce taux de change est proche des taux de change en vigueur à la date de l'opération.

Les écarts de conversion résultant de cette méthode sont ainsi attribuables à l'écart entre le taux de conversion utilisé à la fin de l'année précédente, ou pendant l'année en cours, et le taux utilisé à la fin de l'année suivante. Ils sont comptabilisés dans les capitaux propres consolidés en « Autres éléments du résultat global ».

Les charges, les produits et les flux de chacun des deux exercices ont été convertis au taux moyen.

Les actifs et les passifs ont été convertis au taux de clôture en vigueur au 31 décembre 2025.

2.7.2 Taux de change en vigueur au 31 décembre

Le tableau ci-après présente les taux de change appliqués aux opérations :

		31/12/2024		31/12/2025	
		Clôture	Moyenne 12 mois	Clôture	Moyenne 12 mois
EURO	EUR/EUR	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000
FRANC SUISSE	EUR/CHF	0,9412	0,9526	0,9314	0,9370
LIVRE STERLING	EUR/GBP	0,8292	0,8466	0,8726	0,8568
COURONNE DANOISE	EUR/DKK	7,4578	7,4589	7,4689	7,4634
COURONNE NORVÉGIENNE	EUR/NOK	11,7950	11,6290	11,8430	11,7173
COURONNE SUÉDOISE	EUR/SEK	11,4590	11,4325	10,8215	11,0663
DOLLAR US	EUR/USD	1,0389	1,0824	1,1750	1,1300
DOLLAR CANADIEN	EUR/CAD	1,4948	1,4821	1,6088	1,5787
YUAN CHINOIS	EUR/CNY	7,5833	7,7875	8,2262	8,1185
DOLLAR DE HONG KONG	EUR/HKD	8,0686	8,4454	9,1464	8,8104
DOLLAR DE SINGAPOUR	EUR/SGD	1,4164	1,4458	1,5105	1,4756
PATACA DE MACAO	EUR/MOP	8,2845	8,6888	9,4137	9,0794
DOLLAR DE TAÏWAN	EUR/TWD	34,1374	34,7436	36,8720	35,1852
YEN JAPONAIS	EUR/JPY	163,0600	163,8519	184,0900	169,0400
RINGGIT MALAISIEN	EUR/MYR	4,6454	4,9503	4,7682	4,8339
DOLLAR AUSTRALIEN	EUR/AUD	1,6772	1,6397	1,7581	1,7518
DOLLAR NÉO-ZÉLANDAIS	EUR/NZD	1,8532	1,7880	2,0380	1,9422

Note 3 Variations de périmètre

Le Groupe n'a pas constaté de variation de périmètre au cours des exercices clos au 31 décembre 2024 et 31 décembre 2025.

Note 4 Information sectorielle

Selon la norme IFRS 8, « Information sectorielle », un secteur opérationnel est une composante d'une entité qui se livre à des activités à partir desquelles elle est susceptible d'acquérir du chiffre d'affaires et d'encourir des charges, y compris du chiffre d'affaires et des charges relatifs à des transactions avec d'autres composantes de la même entité, et :

- dont les résultats opérationnels sont régulièrement examinés par le principal décideur opérationnel de l'entité en vue de prendre des décisions en matière de ressources à affecter au secteur et d'évaluer sa performance ;
- pour laquelle des informations financières isolées sont disponibles.

4.1 LES SECTEURS OPÉRATIONNELS DU GROUPE

Les activités de SMCP sont gérées à travers quatre secteurs opérationnels isolables au sens d'IFRS 8, correspondant aux quatre marques, chacune ayant sa clientèle propre :

- Sandro ;
- Maje ;
- Autres marques : Claudie Pierlot & Fursac.

Chaque marque dispose d'une identité propre avec des équipes de création dédiées et joue un rôle primordial dans la stratégie du Groupe. Elles sont dirigées et gérées par des équipes dirigeantes distinctes qui disposent d'une information financière propre à chaque marque. Il n'y a pas de chiffre d'affaires inter-secteurs opérationnels.

Le principal décideur opérationnel est le Comité exécutif de SMCP SA qui examine les activités et la performance de chacune des quatre marques à fréquence mensuelle.

Les marques Claudie Pierlot et Fursac sont regroupées au sein d'un même regroupement de secteurs pour les raisons suivantes :

- leur couverture géographique est très proche, l'essentiel de leur activité étant réalisée en France et en Europe (part du chiffre d'affaires supérieure à 95 % en 2025) ;
- leurs moyens logistiques ont été mis en commun ;
- leur marge brute et leur marge d'EBITDA à long terme sont similaires ;
- leur poids en termes d'activité est peu significatif aux bornes du Groupe SMCP (en 2025, Claudie Pierlot et Fursac ont réalisé conjointement 11,8 % du chiffre d'affaires consolidé).

4.2 INFORMATIONS FINANCIÈRES PAR SECTEUR OPÉRATIONNEL

Les tableaux ci-après présentent les informations financières par secteur opérationnel au 31 décembre 2025 et 31 décembre 2024. Les notions d'EBITDA ajusté, EBITDA ajusté hors IFRS 16 et EBIT ajusté sont définies en page suivante.

(En millions d'euros)	Sandro	Maje	Autres Marques	Autres et Holdings	31/12/2025
Chiffre d'affaires	**608,8**	**464,9**	**143,7**	**-**	**1 217,4**
EBITDA ajusté	135,8	98,2	(2,7)	-	231,3
EBITDA ajusté hors IFRS 16	77,4	53,6	(16,4)	-	114,6
Dotations et reprises aux amortissements et aux provisions	(68,8)	(51,7)	(15,6)	-	(136,1)
EBIT ajusté	**67,0**	**46,5**	**(18,3)**	**-**	**95,2**
Goodwill	338,5	239,5	7,5	-	585,5
Droits d'utilisation	183,1	131,0	42,2	44,1	400,4
Immobilisations incorporelles	321,2	227,7	117,8	4,0	670,7
Immobilisations corporelles	31,9	25,1	8,2	5,6	70,8
Investissements [1]	12,9	9,9	2,0	8,5	33,3

(1) Au 31 décembre 2025, les investissements se décomposent comme suit : (*cf.* Note 6.1.1.4 « Tableau des flux de trésorerie consolidés ») et hors droits d'utilisation :
- achats d'immobilisations corporelles : 26,5 M€ ;
- achats d'actifs incorporels : 6,0 M€ ;
- achats d'instruments financiers : 1,7 M€ ;
- variation des dettes sur fournisseurs d'immobilisations : -0,9 M€

(En millions d'euros)	Sandro	Maje	Autres Marques	Autres et Holdings	31/12/2024
Chiffre d'affaires	**605,2**	**458,3**	**148,2**	**-**	**1 211,7**
EBITDA ajusté	126,0	94,3	(3,8)	-	216,5
EBITDA ajusté hors IFRS 16	63,7	44,4	(19,1)	-	89,0
Dotations et reprises aux amortissements et aux provisions	(82,1)	(63,7)	(17,7)	-	(163,5)
EBIT ajusté	**43,9**	**30,6**	**(21,5)**	**-**	**53,0**
Goodwill	338,7	239,7	25,9	-	604,3
Droits d'utilisation	231,0	147,0	52,1	33,9	464,0
Immobilisations incorporelles	322,0	228,1	118,1	6,9	675,1
Immobilisations corporelles	35,7	27,0	10,6	6,4	79,7
Investissements [1]	17,5	18,1	5,0	4,7	45,3

(1) Au 31 décembre 2024, les investissements se décomposent comme suit (*cf.* la Note 6.1.1.4 « Tableau des flux de trésorerie consolidés ») et hors droits d'utilisation :
- achats d'immobilisations corporelles : 35,4 M€ ;
- achats d'actifs incorporels : 9,1 M€ ;
- achats d'instruments financiers : 1,6 M€ ;
- variation des dettes sur fournisseurs d'immobilisations : -0,8 M€

Les charges opérationnelles des holdings sont refacturées au prorata du chiffre d'affaires aux marques avec un *mark-up*.

4.3 INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

Le Conseil d'administration de SMCP SA évalue la performance des trois regroupements de secteur pour prendre ses décisions opérationnelles, notamment les indicateurs clés suivants : 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.

L'EBITDA est un indicateur non défini par les normes IFRS et est défini par le Groupe comme étant le résultat opérationnel courant déduction faite des dotations aux amortissements et aux provisions. L'EBITDA ajusté est défini par le Groupe comme étant l'EBITDA avant charges liées aux plans d'attribution d'actions gratuites. L'EBITDA ajusté hors IFRS 16 correspond à l'EBITDA ajusté retraité des loyers fixes.

L'EBIT ajusté est un indicateur non défini par les normes IFRS et est défini par le Groupe comme étant le résultat opérationnel courant déduction faite des charges liées aux plans d'attribution d'actions gratuites.

La variation organique du chiffre d'affaires, à taux de change et périmètre constants, s'est élevée à +1,7 % en 2025 par rapport à 2024.

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Résultat opérationnel courant	**51,2**	**91,2**
Plans d'attribution d'actions gratuites	1,8	4,0
EBIT ajusté	**53,0**	**95,2**
Dotations aux amortissements et aux provisions	163,5	136,1
EBITDA ajusté	**216,5**	**231,3**
Impact IFRS 16	(127,5)	(116,7)
EBITDA AJUSTÉ HORS IFRS 16	**89,0**	**114,6**

4.4 PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

La zone géographique EMEA sur laquelle le Groupe opère ses activités inclut les pays européens à l'exception de la France (principalement le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Allemagne, la Suisse, l'Italie et les Pays-Bas) ainsi que le Moyen-Orient (notamment les Émirats Arabes Unis) et l'Asie centrale.

La zone Amérique regroupe principalement les États-Unis d'Amérique, le Canada, le Mexique et, plus marginalement, depuis 2025, quelques pays d'Amérique du Sud.

La zone géographique APAC regroupe les activités du Groupe dans les différentes zones d'Asie Pacifique (notamment la Chine continentale, Hong Kong SAR, la Corée du Sud, Singapour, la Thaïlande, la Malaisie et l'Australie) et en Inde.

Le chiffre d'affaires lié à la vente en gros et à la vente en ligne est affecté en fonction du lieu de résidence du client.

Le tableau ci-après présente le chiffre d'affaires et les actifs par région géographique de livraison :

(En millions d'euros)	**France**	**EMEA**	**Amérique**	**APAC**	**31/12/2025**
Chiffre d'affaires	411,4	430,4	192,5	183,1	1 217,4
Actifs non courants	1 510,8	117,2	77,5	63,3	1 768,8

(En millions d'euros)	**France**	**EMEA**	**Amérique**	**APAC**	**31/12/2024**
Chiffre d'affaires	417,8	403,2	182,8	207,9	1 211,7
Actifs non courants	1 555,3	129,5	100,8	84,0	1 869,6

4.5 INFORMATIONS PAR CLIENT-CLÉ

Compte tenu du modèle d'affaires du Groupe, avec une part très réduite de ventes réalisées auprès de distributeurs tiers, SMCP n'est pas exposé à une concentration significative de ses clients. Dès lors, aucun client n'a représenté à lui seul plus de 10 % des ventes du Groupe au cours de la période close le 31 décembre 2025.

Note 5 Informations sur le compte de résultat

5.1 CHIFFRE D'AFFAIRES

Ventes de marchandises

Le chiffre d'affaires représente le total des ventes (ventes au détail, ventes en grand magasin, ventes à des partenaires locaux…) net des remises, ristournes, TVA et autres taxes sur les ventes, mais avant déduction des droits versés aux grands magasins et commissions versées aux affiliés.

Présentation des activités du Groupe

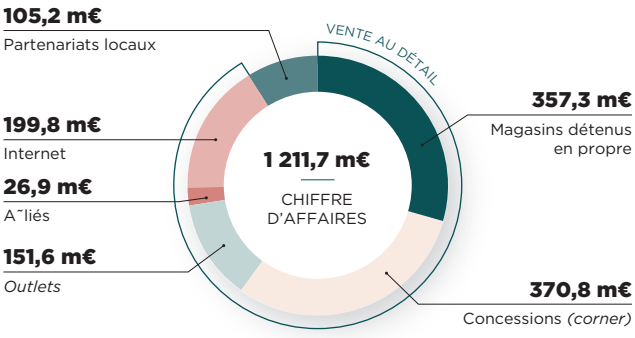
Le Groupe commercialise ses produits au travers de divers canaux de distribution :

- l'activité *retail* – comprend le réseau de boutiques détenues en propre, y compris les *outlets* pour la commercialisation de ses anciennes collections. La reconnaissance du chiffre d'affaires se fait pour le montant de la vente directe au client final. Il en est de même pour les concessions ou *corners* dans les grands magasins, exploités en propre par le Groupe, même lorsque les grands magasins agissent en tant qu'agent et encaissent le montant de la vente pour le compte du Groupe, qu'ils reversent au Groupe ;
- le recours à des affiliés (principalement en France) : la reconnaissance du chiffre d'affaires se fait également pour le montant de la vente au client final ;
- le recours à des partenariats locaux, ou *wholesale/partnered retail* (dans les pays où le Groupe n'exploite pas directement ses points de vente), est utilisé dès que cela se révèle nécessaire pour une bonne implantation locale ou compte tenu de la réglementation applicable. La reconnaissance du chiffre d'affaires se fait à la sortie de l'entrepôt ;
- les ventes en ligne comprennent les ventes réalisées par le Groupe sur ses propres sites Internet, ainsi que *via* des plateformes tierces, notamment les sites Internet des grands magasins. Elles sont reconnues à la livraison.

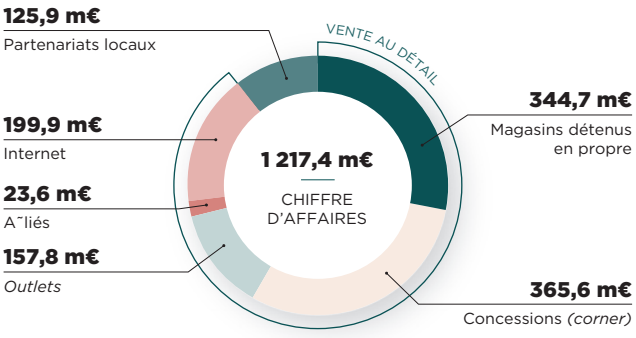
(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Ventes de marchandises	1 211,7	1 217,4
CHIFFRE D'AFFAIRES	**1 211,7**	**1 217,4**

Par canal de distribution, les ventes du Groupe se présentent ainsi :

Chiffre d'affaires 2024



Chiffre d'affaires 2025



5.2 COÛT DES VENTES

Coût des ventes

Le coût des ventes comprend :

- la consommation des matières premières et des produits, augmentée des frais de sous-traitance et des frais accessoires (douane...) ;
- les commissions versées aux affiliés, aux grands magasins, ainsi qu'aux sites Internet tiers.

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Matières premières consommées	(66,5)	(57,2)
Produits finis consommés	(172,6)	(170,8)
Sous-traitance et frais accessoires	(71,0)	(73,8)
Commissions	(136,9)	(131,0)
Gain/(perte) net de change sur éléments opérationnels	(1,3)	(2,9)
COÛT DES VENTES	**(448,4)**	**(435,7)**

5.3 AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Autres produits opérationnels	22,6	12,8
Loyers [1]	(24,1)	(28,1)
Autres charges externes [2]	(151,0)	(138,2)
Honoraires	(35,9)	(38,7)
Prestations de service	(38,2)	(37,8)
Achats non stockés de matériel et fournitures	(14,0)	(11,5)
Autres taxes	(17,1)	(15,8)
AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	**(257,7)**	**(257,3)**

(1) Le montant des loyers correspond à la part variable des loyers, charges locatives, contrats de location à court terme ou portant sur des actifs de faible valeur.
(2) Les Autres charges externes correspondent principalement au transport sur ventes et aux dépenses de marketing.

5.4 CHARGES DE PERSONNEL

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Salaires et traitements	(220,6)	(222,2)
Charges sociales	(56,4)	(57,6)
Autres charges de personnel	(5,8)	(6,2)
Participation	(6,4)	(7,1)
CHARGES DE PERSONNEL	**(289,2)**	**(293,1)**

5.5 PAIEMENTS EN ACTIONS

Paiements en actions

Le Groupe a accordé des options qui seront réglées en instruments de capitaux propres. En application d'IFRS 2, l'avantage accordé aux salariés au titre des plans d'actions gratuites, évalué au moment de l'attribution de l'option, constitue un complément de rémunération. Les plans d'attributions d'actions dénoués en instruments de capitaux propres sont évalués à la date d'attribution sur la base de la juste valeur des instruments de capitaux propres accordés. Ils sont comptabilisés en résultat pour les plans postérieurs à l'introduction en Bourse qui a eu lieu le 20 octobre 2017, linéairement sur la durée d'acquisition des droits, en prenant en compte l'estimation par le Groupe du nombre d'instruments qui seront acquis à la fin de la période d'acquisition. Le modèle Monte-Carlo est également utilisé pour prendre en compte certaines conditions de marché.

La charge supportée au cours de l'exercice au titre des plans d'attribution d'actions gratuites s'est élevée à 4,0 millions d'euros (dont 0,6 million d'euros de charges sociales).

Plans d'attribution d'actions gratuites

	Plan n° 5		Plan n° 6		Plan n° 7		Plan n° 8		Plan n°9
Plan d'attribution d'actions gratuites	**Janvier 2022**	**Juillet 2022**	**Janvier 2023**	**Juillet 2023**	**Janvier 2024**	**Juillet 2024**	**Janvier 2025**	**Juillet 2025**	**Janvier 2026**
Date d'attribution initiale	01/01/2022	01/07/2022	01/01/2023	01/07/2023	01/01/2024	01/07/2024	01/01/2025	01/07/2025	01/01/2026
Période d'acquisition des droits	2 et 3 ans par moitié	2 et 3 ans par moitié	3 ans	3 ans	3 ans	3 ans	3 ans	3 ans	3 ans
Date de disponibilité	31/03/2025	30/09/2025	31/03/2026	01/07/2026	31/03/2027	01/07/2027	31/03/2028	01/07/2028	31/03/2029
Date d'acquisition définitive	31/03/2024 31/03/2025	30/09/2024 30/09/2025	01/01/2026	01/07/2026	31/03/2027	01/07/2027	31/03/2028	01/07/2028	31/03/2029
Nombre de bénéficiaires à l'origine	102	10	111	7	114	17	108	12	118
Nombre attribué à l'origine	987 600	28 780	1 139 380	22 510	1 475 600	49 300	1 475 900	89 600	1 243 400
Nombre en circulation au 31/12/2024	289 096	5 300	520 661	12 005	1 027 678	35 880			
Nombre annulé sur l'exercice	(177 270)	(3 980)	(144 270)	(3 557)	8 855	1 775	(65 000)	(3 800)	
Nombre exercé sur l'exercice [1]	(111 826)	(1 320)							
Nombre d'actions remises sur l'exercice [2]							1 475 900	89 600	
Nombre renoncé sur l'exercice									
Nombre en circulation au 31/12/2025			376 391	8 448	1 036 533	37 655	1 410 900	85 800	
Nombre exerçable sur l'exercice									
Conditions de performance	oui	oui	oui	oui	oui	oui	oui	oui	oui
Charge au titre de l'exercice *(en M€)*	-	0,0	0,9	0,0	0,8	0,0	1,5	0,1	-

(1) Le nombre exercé sur l'exercice correspond aux nombres d'actions livrées aux Directeurs, managers et certains collaborateurs du Groupe.
(2) Le nombre d'actions remises correspond aux nombres d'actions attribuées.

Pour le plan n° 5, les conditions de performance reposent sur une condition externe (comparaison de l'évolution du cours de Bourse de SMCP avec celle de l'indice CAC *Mid and Small* entre la date d'attribution initiale et la date anniversaire d'attribution 2 et 3 ans après) à hauteur de 20 % et d'une condition interne (atteinte d'une moyenne de 2 et 3 ans d'EBIT) à hauteur de 70 % et d'une condition de RSE à hauteur de 10 % (atteinte d'une moyenne de 2 et 3 ans d'objectifs RSE).

Pour les plans n° 6, 7, 8 et 9, les conditions de performance reposent sur une condition externe (comparaison de l'évolution du cours de Bourse de SMCP avec celle de l'indice CAC Mid and Small entre la date d'attribution initiale et la date anniversaire d'attribution trois ans après) à hauteur de 30 %, et de deux conditions internes (atteinte d'une moyenne de trois ans d'EBIT à hauteur de 30 % et d'une moyenne de trois ans de chiffre d'affaires à hauteur de 20 %) et des conditions de RSE à hauteur de 20 % (atteinte d'une moyenne de trois ans d'objectifs RSE).

Les plans n° 5, 6, 7, 8 et 9 ont en outre une condition de présence à la date anniversaire d'attribution, de deux et trois ans pour le plan n° 5 et de trois ans pour les plans n° 6, 7, 8 et 9.

SMCP SA détenait 213 099 actions au 31 décembre 2024 lui permettant la livraison de 111 826 actions en avril 2025, 1 320 actions en juillet 2025. 400 000 actions ont été achetées via un programme de rachat d'actions au cours du premier semestre 2025. SMCP SA détient 499 953 actions au 31 décembre 2025.

5.6 AUTRES PRODUITS ET CHARGES

Les autres produits et charges regroupent les éléments du compte de résultat qui, en raison de leur nature, de leur montant ou de leur fréquence, ne peuvent être considérés comme inhérents à l'activité récurrente du Groupe. Cette rubrique comprend notamment :

(i) les coûts encourus lors de l'acquisition de nouvelles entités ;

(ii) les dotations nettes des reprises de dépréciations des marques, des droits au bail, droits d'utilisation et du *goodwill* ;

Le Groupe présente les autres produits et les autres charges de manière distincte pour faciliter la compréhension de la performance opérationnelle courante et permettre au lecteur des comptes de disposer d'éléments utiles dans une approche prévisionnelle des résultats.

(En millions d'euros)	**31/12/2024**	31/12/2025
Autres produits	0,2	-
Autres charges	(35,4)	(30,8)
AUTRES PRODUITS ET CHARGES	**(35,2)**	**(30,8)**

Les autres produits et charges se composent des éléments suivants :

(En millions d'euros)	**31/12/2024**	31/12/2025
Dépréciation de *goodwill* [1]	(22,4)	(18,8)
Dépréciation de marque	-	(2,7)
Dépréciation des droits d'utilisation et autres actifs immobilisés [2]	(12,4)	(8,1)
Coûts de transition et d'acquisition	(0,6)	(0,5)
Autres	0,2	(0,7)
AUTRES PRODUITS ET CHARGES	**(35,2)**	**(30,8)**

(1) Au 31 décembre 2025, le Groupe a réalisé des tests de perte de valeur sur ses actifs à durée indéfinie entraînant la constatation d'une dépréciation de goodwill de 18,8 millions d'euros et concerne principalement l'UGT autres marques (Claudie Pierlot et Fursac) (*cf.* Note 6.1.1) La dépréciation constatée en 2024 concernait la marque Claudie Pierlot.

(2) Au 31 décembre 2025, le Groupe a également réalisé des tests de perte de valeur sur ses droits d'utilisation incluant ses droits au bail entraînant la constatation d'une dépréciation de 8,1 millions d'euros (*cf.* Notes 6.3.1 & 6.4.1).

5.7 PRODUITS ET CHARGES FINANCIERS

Les produits et charges financiers regroupent les produits et charges d'intérêts courus sur les créances et les dettes, évalués sur la base du taux d'intérêt effectif (principalement pour les dettes financières à moyen et long terme ainsi que les concours bancaires courants). Ils regroupent également les gains et pertes de change sur les opérations de financements internes ainsi que sur instruments financiers dérivés et les dividendes perçus. Les produits et charges d'intérêts comprennent également les charges d'intérêts imputées aux avantages à long terme des salariés (IAS 19 « Avantages du personnel »), ainsi que l'actualisation des provisions non courantes (IAS 37 « Provisions, passifs éventuels et actifs éventuels »).

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Charges d'intérêts d'emprunts	(30,6)	(28,3)
– *Ligne de crédit revolving & NEU CP*	*(4,7)*	*(3,1)*
– *Term loan A*	*(5,9)*	*(4,8)*
– *PGE*	*(5,6)*	*(4,1)*
– *IFRS 16*	*(12,2)*	*(15,2)*
– *Autres*	*(1,8)*	*(1,1)*
Gain/(perte) net de change sur éléments financiers	(0,1)	(1,7)
Autres frais financiers (y compris agios sur les découverts bancaires)	(2,0)	0,3
RÉSULTAT FINANCIER	**(32,4)**	**(29,7)**

Les 13,1 millions d'euros de charges d'intérêts (hors IFRS 16) sont constitués d'intérêts payés (*cf.* Tableau de flux de trésorerie au paragraphe 6.1.1.4).

Les prêts contractés en vertu de la Facilité de crédit portent intérêt à un taux variable indexé sur l'EURIBOR de la période tirée majoré de la marge applicable.

La marge est échelonnée en fonction du ratio de levier (dette nette totale/EBITDA consolidé du Groupe). À la clôture de l'exercice, la marge applicable était de 2,15 % par an pour le *Term loan A* et 1,75 % par an pour la ligne de crédit *revolving*.

Le taux d'intérêt moyen de la dette tirée hors dette locative ressort à 5,0 % sur l'exercice 2025.

5.8 IMPÔT SUR LE RÉSULTAT

La charge d'impôt au titre de l'exercice comprend les impôts exigibles et les impôts différés. Elle est comptabilisée dans le compte de résultat, à l'exception de la part relative aux regroupements d'entreprises ou aux éléments comptabilisés directement en capitaux propres ou dans les autres éléments du résultat global.

Les impôts exigibles sur le résultat imposable de l'exercice représentent la charge fiscale déterminée sur la base des taux d'imposition adoptés à la date de clôture, et l'ensemble des ajustements éventuels des dettes fiscales exigibles calculés pour les exercices antérieurs.

Imposition différée

Les actifs et passifs d'impôts différés ajustent la charge d'impôt exigible de l'impact des différences temporaires entre la valeur comptable des actifs et passifs des entités consolidées et leur valeur fiscale.

Toutefois, un actif/passif d'impôts différés n'est pas comptabilisé s'il découle de la comptabilisation initiale d'un actif ou d'un passif dans une transaction qui, d'une part, n'est pas un regroupement d'entreprises, et d'autre part, n'affecte ni le résultat comptable ni le résultat fiscal à la date de la transaction.

Les impôts différés sont calculés sur la base des taux d'imposition (et des régimes d'imposition) qui ont été adoptés à la date de clôture et dont l'application est attendue lors de la réalisation de l'actif d'impôts différés ou du règlement du passif d'impôts différés.

Les actifs d'impôts différés sont comptabilisés lorsqu'il est probable qu'il existera un bénéfice imposable sur lequel pourront être imputées les différences temporaires et les pertes fiscales non utilisées. Pour les différences temporaires imposables au titre des participations dans les filiales, les impôts différés sont comptabilisés à moins que le Groupe ne soit en mesure de contrôler la date à laquelle la différence temporaire s'inversera et s'il est probable que la différence temporaire ne s'inversera pas dans un avenir prévisible.

5.8.1 Impôt sur les sociétés

L'impôt sur les sociétés comprend la charge d'impôts exigibles pour l'exercice et les impôts différés liés aux différences temporaires :

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Impôts différés	(0,2)	(0,6)
Impôts exigibles	(7,0)	(13,5)
IMPÔT SUR LE RÉSULTAT	**(7,2)**	**(14,1)**

5.8.2 Situation fiscale différée

a) Impôts différés au 31 décembre 2025

(En millions d'euros)	31/12/2024	Variation en compte de résultat	Variation en autres éléments du résultat global	Écarts de conversion	31/12/2025	Actif d'impôts différés	Passif d'impôts différés
Retraitement des engagements de retraite	0,8	0.1	-	-	0,9	0,9	
Élimination des résultats internes (marges en stock)	10,9	(0,4)	-	(0,7)	9,8	9,8	
Activation de reports déficitaires	5,1	(1,3)	-	(0,2)	3,5	3,5	
Juste valeur des marques et des droits au bail	(178,9)	0,9	-	-	(178,0)		(178,0)
Retraitement des contrats de location	10,0	(0,5)	-	(0,4)	9,1	9,1	
SaaS	0,6	(0,1)	-	-	0,5	0,5	
Autres retraitements*	17,4	0,7	(0,2)	(0,6)	17,3	3,4	13,8
IMPÔTS DIFFÉRÉS NETS ACTIFS/(PASSIFS)	**(134,3)**	**(0,7)**	**(0,2)**	**(1,9)**	**(137,1)**	**27,2**	**(164,2)**

* Concerne principalement les différences temporaires entre normes comptables locales et fiscalité.

(En millions d'euros)	31/12/2023	Variation en compte de résultat	Variation en autres éléments du résultat global	Écarts de conversion	31/12/2024	Actif d'impôts différés	Passif d'impôts différés
Retraitement des engagements de retraite	0,9	0,1	(0,2)	-	0,8	0,8	-
Élimination des résultats internes (marges en stock)	13,6	(3,0)	-	0,3	10,9	10,9	-
Activation de reports déficitaires	4,8	0,2	-	0,1	5,1	5,1	-
Juste valeur des marques et des droits au bail	(179,8)	0,8	-	-	(178,9)	-	(178,9)
Retraitement des contrats de location	9,1	0,7	-	0,2	10,0	10,0	-
SaaS	0,7	(0,1)	-	-	0,6	0,6	-
Autres retraitements*	15,7	1,2	0,1	0,3	17,4	2,2	15,0
IMPÔTS DIFFÉRÉS NETS ACTIFS/(PASSIFS)	**(134,9)**	**(0,2)**	**(0,1)**	**0,9**	**(134,3)**	**29,6**	**(163,9)**

* Concerne principalement les différences temporaires entre normes comptables locales et fiscalité.

b) Analyse de la charge d'impôt

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Taux d'impôt standard en France [1]	25,83 %	25,83 %
Effet des différences et des variations de taux d'impôt pour les résultats obtenus par l'activité exercée dans d'autres pays que celui de l'entreprise consolidante	(4,2 %)	(1,0 %)
Dépréciation du *goodwill*	(35,6 %)	15,4 %
Effet des plans LTI dénoués en action	(0,2 %)	(3,6) %
Autres différences permanentes	(6,3 %)	3,4 %
Effet des crédits d'impôt et des impôts à taux réduit	(1,4 %)	(1,2 %)
Impôts différés d'exercices antérieurs reconnus sur l'exercice	2,3 %	(0,9 %)
Variation d'impôt différé non constatée	(16,4 %)	4,0 %
Autres variations d'impôts différés	(1,7 %)	0,2 %
Taux effectif d'impôt sur les sociétés	**(37,9 %)**	**42,1 %**
Autres impôts basés sur la valeur ajoutée [2]	(7,6 %)	3,9 %
TAUX EFFECTIF D'IMPÔT SUR LE RÉSULTAT	**(45,4 %)**	**46,0 %**

(1) Le taux d'impôt standard en France tient compte de la contribution de solidarité (3,3 %).
(2) Les impôts basés sur la valeur ajoutée (cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises relative aux sociétés françaises, IRAP en Italie et *Trade Tax* en Allemagne...) sont traités en « Impôts sur le résultat » conformément à IAS 12.

c) Activation des reports fiscaux déficitaires

Le Groupe active les pertes fiscales de ses filiales lorsque les conditions requises par IAS 12 « Impôt sur le résultat » sont remplies. Le taux d'imposition appliqué est le taux d'imposition en vigueur à la date de clôture. Les actifs d'impôts différés sont comptabilisés au bilan sur la base des perspectives et des plans d'activité élaborés pour chaque filiale.

Au 31 décembre 2025, les reports déficitaires activés du Groupe représentent un actif d'impôts différés s'élevant à 3,3 millions d'euros, principalement en France et en Asie. Leurs horizons de recouvrement s'étalent entre un et cinq ans.

d) Suivi des actifs d'impôts différés non reconnus

Au 31 décembre 2025, un actif d'impôts différés de 0,7 million d'euros n'a pas été reconnu, car il sera utilisé au-delà de cinq ans.

5.9 RÉSULTAT PAR ACTION

Le Groupe présente un résultat par action de base et un résultat par action dilué pour ses actions ordinaires.

Le **résultat par action** est calculé en divisant le résultat net attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires de la Société par le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires existantes durant la période. Le **résultat par action dilué** est calculé en ajustant le résultat attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires et le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires existantes des effets dilutifs de l'ensemble des actions ordinaires potentielles, une donnée qui intègre les options de souscription d'actions et les actions gratuites attribuées aux salariés.

Le tableau ci-après présente le calcul du résultat par action :

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Résultat net – part du Groupe	**(23,6)**	**16,6**
Nombre pondéré d'actions de base	75 250 537	77 927 480
Effet de dilution des ADP G	2 735 711	-
Effet de dilution des plans d'actions gratuites	122 784	1 204 102
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul après effets dilutifs	**78 109 032**	**79 131 583**
Résultat par action *(en €)*	(0,31)	0,21
Résultat par action dilué *(en €)*	(0,31)	0,21

Note 6 Détail de l'état de la situation financière

6.1 *GOODWILL* ET IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

6.1.1 *Goodwill*

Lors de la comptabilisation initiale d'une société acquise, le *goodwill* représente l'écart entre (i) la somme de la contrepartie transférée, évaluée à la juste valeur, et le montant comptabilisé pour toute la participation ne donnant pas le contrôle dans la société acquise et (ii) les actifs identifiables et les passifs assumés de l'entité acquise à la date d'acquisition. Si cet écart est négatif, il est comptabilisé immédiatement au compte de résultat.

Au 31 décembre 2025, les tests de dépréciation effectués par le Groupe ont conduit à comptabiliser une dépréciation complémentaire du *goodwill* du regroupement d'UGT Claudie Pierlot et Fursac. Pour mémoire, les tests réalisés à la clôture de l'exercice 2024 avaient amené à constater une dépréciation du *goodwill* du regroupement d'UGT Claudie Pierlot. (*cf.* Note 6.4.2).

La valeur nette totale du *goodwill* s'établit au 31 décembre 2025 à 585,5 millions d'euros et concerne les marques Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac.

Le tableau ci-après illustre les mouvements survenus au cours de la période précédente :

(En millions d'euros)	01/01/2025	Dépréciation	Différence de change	31/12/2025
Goodwill – valeur brute	688,6	-	-	688,6
Dépréciations	(84,3)	(18,8)	-	(103,1)
VALEUR NETTE DU *GOODWILL*	**604,3**	**(18,8)**	**-**	**585,5**

(En millions d'euros)	01/01/2024	Dépréciation	Différence de change	31/12/2024
Goodwill – valeur brute	688,6	-	-	688,6
Dépréciations	(61,9)	(22,4)	-	(84,3)
VALEUR NETTE DU *GOODWILL*	**626,7**	**(22,4)**	**-**	**604,3**

6.1.2 Autres immobilisations incorporelles

Marques

Les marques Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac sont classées en immobilisations incorporelles à durée d'utilité indéterminée, et par conséquent ne sont pas amorties, dans la mesure où :

- les marques sont des marques déposées par leurs propriétaires respectifs et sont protégées par la loi en vigueur, elles sont assorties, au terme de la période d'enregistrement, d'options de renouvellement de la protection juridique d'un coût raisonnable, facilement applicables et ne comportant pas d'obstacles externes ;
- les produits de ces marques commercialisés par le Groupe ne sont pas exposés au risque d'obsolescence technologique, ce qui caractérise le segment de marché du luxe accessible sur lequel le Groupe est positionné ; au contraire, elles sont constamment perçues par le marché comme des marques innovantes dans le contexte national et/ou international dans lequel évolue chacune d'entre elles, elles se distinguent par leur positionnement commercial et par leur notoriété, ce qui leur assure la domination de leurs marchés respectifs, du fait qu'elles sont constamment associées et comparées aux grandes marques de référence ;
- dans le contexte concurrentiel relatif, il est possible d'affirmer que les investissements dédiés à l'entretien de ces marques sont proportionnellement modestes en comparaison de l'importance des flux de trésorerie anticipés.
- les marques sont comptabilisées au coût d'acquisition diminué des dépréciations conformément à la norme IAS 38 « Immobilisations incorporelles ». Elles sont testées au sein des regroupements d'UGT décrits ci-avant dans le cadre des tests de perte de valeur des *goodwill*. En effet, chaque secteur opérationnel regroupe les magasins opérant sous chaque marque.

Logiciels

Le coût d'acquisition des licences logicielles est capitalisé sur la base du coût d'acquisition et du coût d'installation. Ces coûts sont amortis sur la durée d'utilité estimée des logiciels, qui est comprise entre trois et sept ans.

Les coûts associés à l'entretien des logiciels informatiques en conditions opérationnelles sont comptabilisés en charges dès l'exercice au cours duquel ils sont encourus. Les coûts directement liés au développement de logiciels et qui respectent l'ensemble des critères définis dans la norme IAS 38, sont comptabilisés en immobilisations incorporelles.

Suite à la décision de l'IFRS IC publiée en avril 2021, les frais relatifs aux logiciels en SaaS sont comptabilisés en compte de résultat.

Les immobilisations incorporelles sont amorties selon la méthode linéaire sur leur durée de vie utile estimée.

Les durées d'amortissement sont présentées dans le tableau ci-après :

Type d'immobilisation	**Période** *(en années)*
Marques	Indéterminée
Licences, logiciels	3-7

Le tableau ci-après illustre les mouvements survenus au cours de la période :

(En millions d'euros)	01/01/2025	Acquisitions	Mises au rebut	Amort. et Dépré	Différences de change	Autres	31/12/2025
Marques	663,0	-	-	-	-	-	663,0
Immobilisations incorporelles en cours	2,4	0,8	-	-	(0,1)	(1,4)	1,6
Autres immobilisations incorporelles	64,7	5,2	(0,1)	-	(1,2)	1,1	69,6
Immobilisations incorporelles	**730,0**	**6,0**	**(0,1)**	**-**	**(1,3)**	**(0,3)**	**734,2**
Dépréciation des marques	-	-	-	(2,7)	-	-	(2,7)
Amortissement des autres immobilisations incorporelles	(54,8)	-	0,1	(7,1)	1,0	-	(60,8)
Amort./dépr. des immobilisations incorporelles	**(54,8)**	**-**	**0,1**	**(9,8)**	**1,0**	**-**	**(63,5)**
VALEUR NETTE DES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	**675,1**	**6,0**	**-**	**(9,8)**	**(0,3)**	**(0,3)**	**670,7**

(En millions d'euros)	01/01/2024	Acquisitions	Mises au rebut	Amort. et Dépré	Différences de change	Autres	31/12/2024
Marques	663,0	-	-	-	-	-	663,0
Immobilisations incorporelles en cours	2,8	1,3	-	-	0,1	(1,8)	2,4
Autres immobilisations incorporelles	56,6	6,7	(0,3)	-	0,6	1,0	64,7
Immobilisations incorporelles	**722,4**	**8,0**	**(0,3)**	**-**	**0,7**	**(0,8)**	**730,0**
Amort./dépr. des autres immobilisations incorporelles	(47,4)	-	0,3	(7,2)	(0,4)	-	(54,8)
Amort./dépr. des immobilisations incorporelles	**(47,4)**	**-**	**0,3**	**(7,2)**	**(0,4)**	**-**	**(54,8)**
VALEUR NETTE DES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	**675,0**	**8,0**	**-**	**(7,2)**	**0,2**	**(0,8)**	**675,1**

Les marques du Groupe sont constituées des quatre marques Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac et sont inscrites au bilan pour un total de 663 millions d'euros, avec respectivement 320 millions d'euros pour la marque Sandro, 226 millions d'euros pour la marque Maje, 54 millions d'euros pour la marque Claudie Pierlot et 63 millions d'euros pour la marque Fursac (et 60,3 millions en valeur nette, après la constatation d'une dépréciation de 2,7 millions d'euros au 31 décembre 2025).

En 2025, les acquisitions d'immobilisations incorporelles de 6,0 millions d'euros ont représenté un décaissement de 6,0 millions d'euros (*cf.* Tableau de flux de trésorerie au paragraphe 6.1.1.4 « Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles » pour 31,6 millions d'euros).

6.2 IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles sont initialement comptabilisées à leur coût d'acquisition, diminuées des amortissements et des dépréciations cumulés. Le montant amortissable des immobilisations corporelles comprend le coût d'acquisition de leurs composants diminué de leur valeur résiduelle, qui correspond au prix de cession estimé des actifs au terme de leur durée d'utilité.

Les immobilisations corporelles sont amorties selon la méthode de l'amortissement linéaire sur leur durée d'utilité estimée. Le Groupe a estimé cette durée d'utilité de, soit 2 à 10 ans, soit la durée du bail selon le type d'immobilisation. Les frais d'entretien et de réparation sont comptabilisés en résultat à mesure qu'ils sont engagés.

Les principaux taux d'amortissement utilisés sont les suivants :

Type d'immobilisation	**Période** *(en années)*
Installations, matériel et outillage	2-5
Agencements et aménagements divers des points de vente	2-5
Agencements et aménagements divers des entrepôts et des sièges	4-10
Matériel de bureau, mobilier	2-5

Le tableau ci-après illustre les mouvements survenus au cours de la période :

(En millions d'euros)	**01/01/2025**	**Acquisitions**	**Mises au rebut**	**Amort.**	**Différences de change**	**Autres**	**31/12/2025**
Installations techniques, matériel, outillage	3,3	-	(0,5)	-	-	-	2,8
Immobilisations corporelles en cours	5,3	5,1	-	-	(0,2)	(2,1)	8,1
Avances et acomptes sur immo. corp.	0,5	0,4	-	-	-	0,3	1,2
Autres immobilisations corporelles	309,2	21,3	(18,9)	-	(14,5)	0,8	297,9
Immobilisations corporelles	**318,3**	**26,8**	**(19,4)**	**-**	**(14,7)**	**(1,0)**	**310,0**
Amort./dépr. des installations techniques, matériel, outillage	(3,1)	-	0,4	(0,1)	-	-	(2,8)
Amort./dépr. des autres immobilisations corporelles	(235,6)	-	18,3	(30,3)	11,2	-	(236,4)
Amort./dépr. des immobilisations corporelles	**(238,7)**	**-**	**18,7**	**(30,4)**	**11,2**	-	**(239,2)**
VALEUR NETTE DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES	**79,7**	**26,8**	**(0,7)**	**(30,4)**	**(3,5)**	**(1,0)**	**70,8**

(En millions d'euros)	**01/01/2024**	**Acquisitions**	**Mises au rebut**	**Amort.**	**Différences de change**	**Autres**	**31/12/2024**
Installations techniques, matériel, outillage	3,9	-	(0,6)	-	-	-	3,3
Immobilisations corporelles en cours	6,5	3,3	-	-	0,1	(4,6)	5,3
Avances et acomptes sur immo. corp.	1,0	3,3	-	-		(3,7)	0,5
Autres immobilisations corporelles	285,5	28,7	(22,2)	-	6,9	10,2	309,2
Immobilisations corporelles	**296,9**	**35,3**	**(22,8)**	**-**	**7,0**	**1,9**	**318,3**
Amort./dépr. des installations techniques, matériel, outillage	(3,5)	-	0,6	(0,2)	-	-	(3,1)
Amort./dépr. des autres immobilisations corporelles	(210,3)	-	22,0	(42,2)	(5,4)	0,2	(235,6)
Amort./dépr. des immobilisations corporelles	**(213,8)**	**-**	**22,7**	**(42,4)**	**(5,4)**	**0,2**	**(238,7)**
VALEUR NETTE DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES	**83,1**	**35,3**	**(0,2)**	**(42,4)**	**1,6**	**2,1**	**79,7**

Le poste « Autres immobilisations corporelles » correspond principalement aux agencements et aménagements divers des points de vente. En 2025, les acquisitions d'immobilisations corporelles de 26,8 millions d'euros ont représenté un décaissement de 25,6 millions d'euros (*cf.* Tableau de flux de trésorerie au paragraphe 6.1.1.4 « Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles » pour 31,6 millions d'euros).

6.3 CONTRATS DE LOCATION

Périmètre d'application de la norme IFRS 16

Un contrat de location est un contrat ou une partie d'un contrat par lequel est cédé le droit d'utiliser un bien sous-jacent pour une durée donnée moyennant une contrepartie.

Le Groupe applique les principes de comptabilisation définis par la norme IFRS 16 à l'ensemble de ses contrats de location, à l'exception :

- des contrats de location à court terme, dont la durée initiale est inférieure ou égale à 12 mois ;
- des contrats de location dont le bien sous-jacent est de faible valeur, considérant la valeur du bien à l'état neuf.

Ces contrats de location exemptés sont, pour leur part, comptabilisés en charges de loyer selon la méthode linéaire sur la durée du contrat. Lorsque certains contrats contiennent une part explicitement identifiable relative à des prestations de services ne rentrant pas dans la définition d'une location, cette part est comptabilisée en charges opérationnelles courantes conformément à sa nature de coûts.

Comptabilisation des contrats de location selon la norme IFRS 16

L'application de la norme IFRS 16 consiste, pour tout contrat de location concerné, à reconnaître dans le bilan à la date de début du contrat de location :

- un passif sur contrats de location correspondant à la valeur actualisée des paiements de loyer fixe futurs relatifs à la durée estimée du contrat de location. Ce passif est présenté séparément pour sa part courante et sa part non courante. Les loyers fixes futurs incluent la réévaluation éventuelle de loyer correspondant à un index ou un taux de croissance contractuellement établi. Ils peuvent également inclure la valeur d'une option d'achat ou l'estimation de pénalités de fin de contrat anticipée, lorsque le Groupe est raisonnablement certain d'exercer de telles options. En outre, les paiements fixes incluent la déduction des éventuels avantages incitatifs à la location à recevoir à la date de début du contrat de location ;
- un droit d'utilisation sur contrats de location, correspondant à la valeur du passif sur contrats de location diminuée des avantages incitatifs à la location reçus du bailleur, et augmentée de loyers payés d'avance, des coûts directs initiaux ainsi qu'une estimation des coûts de remise en état lorsque ceux-ci font l'objet d'obligations contractuelles.

À chaque clôture comptable, le passif sur contrats de location est réévalué de la manière suivante :

- une augmentation reflétant la charge d'actualisation de la période en application du taux d'emprunt marginal appliqué au contrat de location, en contrepartie d'une charge d'intérêt sur contrats de location au sein du résultat financier, dans le compte de résultat ;
- une diminution reflétant les paiements de loyer de la période, en contrepartie du compte de trésorerie et équivalents de trésorerie dans le bilan ;
- une augmentation reflétant la mise à jour de la période d'un index ou taux de croissance du loyer, si applicable, et ce, en contrepartie du droit d'utilisation sur contrats de location dans le bilan ;
- une augmentation ou une diminution reflétant une ré-estimation des paiements de loyer fixe futurs à la suite d'un changement d'estimation dans la durée de location, en contrepartie du droit d'utilisation sur contrats de location dans le bilan.

De même, à chaque clôture comptable, le droit d'utilisation sur contrats de location est réévalué de la manière suivante :

- une diminution reflétant l'amortissement linéaire sur la durée du contrat de location, en contrepartie d'une charge d'amortissement des droits d'utilisation sur contrats de location au sein du résultat opérationnel courant, dans le compte de résultat ;
- une diminution reflétant une éventuelle dépréciation du droit d'utilisation sur contrats de location, en contrepartie des autres produits et charges opérationnels non courants au compte de résultat ;
- une augmentation reflétant la mise à jour de la période d'un index ou taux de croissance du loyer, si applicable, et ce, en contrepartie du passif sur contrats de location dans le bilan ;
- une augmentation ou une diminution reflétant une ré-estimation des paiements de loyer fixe futurs à la suite d'un changement d'estimation dans la durée de location, en contrepartie du passif sur contrats de location dans le bilan.

L'impact dans le compte de résultat de l'application de la norme IFRS 16 se reflète de la manière suivante :

- la part variable des loyers, ainsi que les loyers des contrats de location à court terme ou de faible valeur sont enregistrés en résultat opérationnel courant ;
- la charge d'amortissement linéaire correspondant aux droits d'utilisation sur contrats de location est enregistrée en résultat opérationnel courant ;
- la charge d'intérêt correspondant à la désactualisation des passifs sur contrats de location est enregistrée dans le résultat financier.

Enfin, l'impact dans le tableau des flux de trésorerie de l'application de la norme IFRS 16 se reflète de la manière suivante :

- dans les flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles : les paiements relatifs à la part variable des loyers, des charges locatives ainsi que les loyers des contrats de location à court terme ou de faible valeur ;
- dans les flux nets de trésorerie liés aux activités de financement : le remboursement des passifs sur contrats de location, pour la part de principal, ainsi que la part des intérêts présentée sur la ligne intérêts versés et assimilés.

Estimation de la durée des contrats de location

La durée d'un contrat de location correspond à la durée non résiliable pendant laquelle le preneur a le droit d'utiliser le bien sous-jacent, ajustée de :

- toute période couverte par une option de prolongation du contrat de location que le preneur a la certitude raisonnable d'exercer ; ou au contraire ;
- toute période couverte par une option de résiliation du contrat de location que le preneur a la certitude raisonnable d'exercer.

Dans l'estimation de la durée de ses contrats de location immobilière, part prépondérante de l'ensemble de ses contrats de location, le Groupe a retenu :

- pour ses points de vente (succursales, *outlets*) : la durée retenue correspond à la durée initiale du contrat de location à la date de signature, c'est-à-dire sans prendre en compte une éventuelle option de prolongation, considérant que l'arbitrage des opportunités de localisation tout au long de la durée du contrat est un élément clé dans la gestion de son réseau de magasins. Au cours de la vie du contrat de location, le Groupe réestime à chaque clôture sa durée en tenant compte des dernières décisions opérationnelles qui prennent en compte des options de résiliation, ou de prolongation le cas échéant, qui n'avaient pas été considérées raisonnablement certaines lors de précédents arrêtés ;
- pour ses sièges et entrepôts : la durée retenue correspond à la durée initiale du contrat de location.

De manière spécifique, pour les baux commerciaux conclus en France (baux 3-6-9), le Groupe reconnaît une durée de location de neuf ans, puis procède à chaque arrêté suivant à un réexamen de cette durée pour la ramener le cas échéant à trois ou six ans en fonction de la rentabilité du point de vente. À l'issue de cette période initiale de neuf ans et durant le délai de tacite prolongation qui prévaut lors d'une éventuelle phase de renégociation, le Groupe détermine la durée de ces baux en prenant en compte la date à laquelle le Groupe est raisonnablement certain de poursuivre le bail au-delà du terme contractuel.

Détermination du taux d'actualisation des passifs sur contrats de location

Le taux d'actualisation est déterminé pour chaque contrat en fonction du pays de la filiale contractante. Compte tenu de l'organisation de financement du Groupe, porté exclusivement par SMCP Group SAS, le taux d'emprunt marginal est défini en pratique par la somme du taux sans risque pour la devise du contrat, par référence à sa duration résiduelle, et du risque de crédit du Groupe pour cette même référence de devise et de duration.

Droits au bail pris en compte dans le calcul des droits d'utilisation sur contrats de location

En France, le droit au bail représente le montant que le nouveau locataire verse au locataire précédent en contrepartie du droit de louer le bien et des garanties juridiques correspondantes. D'un point de vue juridique, le droit au bail comprend le droit d'être locataire du bien et le droit de céder le droit au bail. Le droit au bail est donc indissociable du contrat de location lui-même et constitue un coût direct initial du preneur qui doit être pris en compte dans l'évaluation initiale du droit d'utilisation de l'actif.

Étant cessible, le droit au bail en France constitue la valeur résiduelle du droit d'utilisation (élément constitutif du montant estimé que le preneur obtiendrait de la sortie de l'actif). Le montant amortissable du droit d'utilisation dans son ensemble est donc déterminé après déduction de cette valeur résiduelle, cette dernière étant révisée au moins une fois par exercice.

À l'étranger, le droit au bail n'est généralement pas cessible et est donc amorti sur la durée du bail.

6.3.1 Droits d'utilisation

Les droits d'utilisation se décomposent ainsi :

	31/12/2024	31/12/2025		
(En millions d'euros)	**Net**	Brut	Amort. et dépréciations	Net
Boutiques	331,5	730,4	(442,7)	287,7
Bureaux et entrepôts	55,3	113,5	(69,5)	44,0
Loyers fixes capitalisés	**386,8**	**843,9**	**(512,2)**	**331,7**
Droit au bail	77,2	110,7	(42,0)	68,7
Droit d'utilisation	**464,0**	**954,6**	**(554,2)**	**400,4**

La variation du solde net des droits d'utilisation au cours de l'exercice 2025 est constituée des éléments suivants :

	Loyers fixes actualisés activés				
Valeur brute en millions d'euros	**Boutiques**	**Bureaux et entrepôts**	**Total**	**Droit au bail**	**Total**
Au 1er janvier 2025	**768,7**	**114,5**	**883,2**	**124,0**	**1 007,2**
Mise en place de nouveaux contrats de location	69,1	0,6	69,7	-	69,7
Résiliations anticipées et révision à la baisse des durées	(79,7)	(0,4)	(80,1)	(12,6)	(92,7)
Autres (y compris différence de change)	(27,7)	(1,2)	(28,9)	(0,7)	(29,6)
AU 31 DÉCEMBRE 2025	**730,4**	**113,5**	**843,9**	**110,7**	**954,6**

	Loyers fixes actualisés activés				
Amortissements et dépréciations en millions d'euros	**Boutiques**	**Bureaux et entrepôts**	**Total**	**Droit au bail**	**Total**
Au 1er janvier 2025	**(437,2)**	**(59,2)**	**(496,4)**	**(46,8)**	**(543,2)**
Amortissements	(85,2)	(11,3)	(96,5)	(2,3)	(98,8)
Dépréciations	(2,9)	-	(2,9)	(5,2)	(8,1)
Résiliations anticipées et révision à la baisse des durées	64,6	0,3	64,9	11,8	76,7
Autres (y compris différence de change)	18,0	0,7	18,7	0,5	19,2
AU 31 DÉCEMBRE 2025	**(442,7)**	**(69,5)**	**(512,2)**	**(42,0)**	**(554,2)**
VALEUR NETTE AU 31 DÉCEMBRE 2025	**287,7**	**44,0**	**331,7**	**68,7**	**400,4**

Les mises en place des contrats de location concernent principalement les locations de boutiques, et accessoirement les locaux administratifs et de stockage.

La variation du solde net des droits d'utilisation au cours de 2024 était constituée des éléments suivants :

	Loyers fixes actualisés activés				
Valeur brute en millions d'euros	**Boutiques**	**Bureaux et entrepôts**	**Total**	**Droit au bail**	**Total**
Au 1er janvier 2024	**711,5**	**88,2**	**799,7**	**124,2**	**923,9**
Mise en place de nouveaux contrats de location	134,4	27,4	161,8	1,0	162,8
Résiliations anticipées et révision à la baisse des durées	(93,0)	(1,7)	(94,7)	(2,3)	(97,0)
Autres (y compris différence de change)	15,8	0,6	16,4	1,1	17,5
AU 31 DÉCEMBRE 2024	**768,7**	**114,5**	**883,2**	**124,0**	**1 007,2**

	Loyers fixes actualisés activés				
Amortissements et dépréciations en millions d'euros	**Boutiques**	**Bureaux et entrepôts**	**Total**	**Droit au bail**	**Total**
Au 1er janvier 2024	**(391,9)**	**(49,1)**	**(441,0)**	**(37,5)**	**(478,5)**
Amortissements	(104,9)	(11,5)	(116,4)	(1,9)	(118,3)
Dépréciations	(3,7)	-	(3,7)	(8,3)	(12,0)
Résiliations anticipées et révision à la baisse des durées	73,7	1,7	75,4	1,3	76,7
Autres (y compris différence de change)	(10,4)	(0,3)	(10,7)	(0,4)	(11,1)
AU 31 DÉCEMBRE 2024	**(437,2)**	**(59,2)**	**(496,4)**	**(46,8)**	**(543,2)**
VALEUR NETTE AU 31 DÉCEMBRE 2024	**331,5**	**55,3**	**386,8**	**77,2**	**464,0**

6.3.2 Dettes locatives

Les dettes locatives se décomposent ainsi :

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Dette locative à plus de cinq ans	94,5	87,0
Dette locative entre quatre et cinq ans	42,4	33,8
Dette locative entre trois et quatre ans	53,2	46,2
Dette locative entre deux et trois ans	68,8	56,7
Dette locative entre un et deux ans	84,5	69,6
Dette locative à moins d'un an	100,7	90,5
TOTAL	**444,1**	**383,8**

La variation des dettes locatives au cours de l'année est constituée des éléments suivants :

(En millions d'euros)	Boutiques	Bureaux et entrepôts	Total
Au 1er janvier 2025	**386,0**	**58,1**	**444,1**
Mise en place de nouveaux contrats de location	69,1	0,6	69,7
Remboursement du nominal	(105,3)	(11,3)	(116,7)
Variation des intérêts courus	0,1	0,1	0,2
Résiliations anticipées et révisions à la baisse des durées	(17,1)	-	(17,1)
Autres (y compris différence de change)	4,4	(0,8)	3,6
AU 31 DÉCEMBRE 2025	**337,2**	**46,7**	**383,8**

(En millions d'euros)	Boutiques	Bureaux et entrepôts	Total
Au 1er janvier 2024	**370,4**	**41,9**	**412,3**
Mise en place de nouveaux contrats de location	138,8	27,4	166,2
Remboursement du nominal	(114,1)	(11,6)	(125,7)
Variation des intérêts courus	0,4	-	0,4
Résiliations anticipées et révisions à la baisse des durées	(23,9)	-	(23,9)
Autres (y compris différence de change)	14,4	0,4	14,8
AU 31 DÉCEMBRE 2024	**386,0**	**58,1**	**444,1**

Le montant des loyers fixes payés sur l'exercice 2025 s'élève à 116,7 millions d'euros. Il était de 127,5 millions d'euros en 2024 (*cf.* Tableau de flux de trésorerie au paragraphe 6.1.1.4 « Remboursement des dettes locatives »).

La charge de loyer résiduelle figurant au compte de résultat en produits et charges opérationnels (*cf.* Note 5.3) se décompose ainsi :

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Loyers variables ou portant sur des actifs de faible valeur	(9,2)	(12,9)
Charges locatives	(14,9)	(15,2)
TOTAL	**(24,1)**	**(28,1)**

Dans certains pays, les locations de boutiques comprennent un montant minimal et une part variable, en particulier lorsque le bail contient une clause d'indexation du loyer sur les ventes. Conformément aux dispositions d'IFRS 16, seule la part fixe minimale fait l'objet d'une capitalisation.

Les décaissements relatifs aux contrats de location non capitalisés (loyers variables ou portant sur des actifs de faible valeur) sont peu différents de la charge comptabilisée.

6.4 TESTS DE PERTE DE VALEUR

Principes généraux

Si des indices de diminution de valeur sont identifiés, à savoir des événements ou un changement de circonstances susceptibles d'avoir une incidence sur la valeur recouvrable des actifs, la norme IAS 36 « Dépréciation d'actifs » impose la mise en œuvre d'un test de perte de valeur pour s'assurer que la valeur nette comptable des immobilisations corporelles et incorporelles amortissables ne dépasse pas leur valeur recouvrable.

Pour le *goodwill*, les marques et les autres immobilisations incorporelles ayant une durée de vie indéterminée ou n'ayant pas encore été mises en service, le test de perte de valeur doit être effectué une fois par an, ou plus fréquemment si des indices de diminution de valeur sont identifiés.

La valeur recouvrable des actifs est testée en comparant leur valeur nette comptable et leur juste valeur diminuée des frais de cession ou, si celle-ci est plus élevée, leur valeur d'utilité.

La valeur d'utilité d'une immobilisation corporelle ou incorporelle s'appuie sur la valeur des flux de trésorerie futurs estimés résultant de l'utilisation de l'immobilisation, qui sont déterminés sur la base d'un taux d'actualisation net d'impôt et en intégrant les risques liés à la performance de l'actif testé.

S'il est impossible d'estimer les flux de trésorerie de manière indépendante pour un actif particulier, il convient d'identifier l'unité génératrice de trésorerie à laquelle appartient cet actif et à laquelle il est possible d'associer des flux de trésorerie futurs qui peuvent être déterminés de manière objective et indépendamment de ceux générés par d'autres unités opérationnelles. L'identification des unités génératrices de trésorerie a été effectuée en fonction de l'architecture organisationnelle et opérationnelle du Groupe.

Dans le cas où le test de perte de valeur révèle une perte de valeur pour un actif, sa valeur comptable est ramenée à sa valeur recouvrable par la comptabilisation d'une dépréciation au compte de résultat.

Si les facteurs ayant motivé une dépréciation cessent d'exister, la valeur comptable de l'actif (ou l'unité génératrice de trésorerie), exception faite du *goodwill,* est portée au niveau qui résulte de l'estimation de sa valeur recouvrable, mais sans dépasser la valeur nette comptable qu'aurait eue l'actif si la dépréciation n'avait pas été comptabilisée. La reprise d'une perte de valeur est comptabilisée en résultat.

Affectation des actifs/passifs aux unités génératrices de trésorerie (UGT) et estimation de leur valeur

Le Groupe a défini différents types d'UGT aux fins de tests de dépréciation de ses immobilisations corporelles et incorporelles et du *goodwill*.

Chaque boutique est une UGT, sur la base de sa clientèle géographique particulière, des immobilisations corporelles et incorporelles propres à la boutique, et les tests de dépréciation sont réalisés à ce niveau dans une première étape.

Le *goodwill* et les marques sont soumis à un test de perte de valeur dans une seconde étape, au sein des regroupements d'UGT qui, regroupent également les actifs liés des UGT décrites ci-avant, c'est-à-dire les points de ventes opérant sous chaque marque, l'organisation de support direct de chaque marque, ainsi qu'une affectation des frais de siège.

Le *goodwill* provient des trois marques d'origine Sandro, Maje et Claudie Pierlot acquises en octobre 2016 et à la marque Fursac acquise en septembre 2019.

Le *goodwill* n'est pas amorti, mais il fait l'objet d'un test de perte de valeur dès lors qu'un indice de perte de valeur est identifié, et au moins une fois par an. Les indices de diminution de valeur sur un *goodwill* comprennent notamment les évolutions défavorables significatives de nature durable affectant la conjoncture économique ou les hypothèses et les objectifs formulés à la date de l'acquisition.

Lorsque la valeur nette comptable de l'unité génératrice de trésorerie est supérieure à sa valeur recouvrable, une perte de valeur est comptabilisée en premier lieu sur le *goodwill,* puis si besoin sur les autres éléments testés. Les pertes de valeurs sont comptabilisées en résultat (sous la rubrique « Autres charges »).

Les pertes de valeurs liées au *goodwill* ne peuvent pas être reprises.

Jugements et estimations

Les principaux jugements et les principales estimations concernant les tests de dépréciation se fondent sur les hypothèses suivantes :

- détermination du niveau approprié de l'UGT ;
- évaluation des évolutions économiques et commerciales et de l'environnement concurrentiel pour déterminer le taux d'actualisation et le taux de croissance à l'infini ;
- projection de cash-flows.

6.4.1 Test des points de vente

Le Groupe définit ses points de vente détenus en propre comme étant des UGT, à savoir le plus petit regroupement d'actifs (incluant droit d'utilisation, immobilisations corporelles, immobilisations incorporelles et l'allocation de la marque rattachée au point de vente) pouvant générer individuellement des flux de trésorerie. Un test des points de vente doit être réalisé en cas d'apparition d'indices de perte de valeur. Les critères de perte de valeur retenus sont une baisse de chiffre d'affaires et/ou une baisse de rentabilité et/ou une baisse de commercialité du point de vente.

La valeur recouvrable de chacun de ces points de vente est déterminée selon la méthode des flux de trésorerie disponibles (DCF). Ces DCF prennent comme base le budget par point de vente et le business plan par regroupement d'UGT (retenu sur la durée du contrat), approuvés par le Comité exécutif et arrêté par le Conseil d'administration, et sont quant à eux utilisés pour calculer la valeur d'utilité à date de clôture. Les taux de croissance utilisés sont ceux retenus par le management pour le business plan en tenant compte des perspectives de croissance propres à chaque marque et/ou marché (Sandro Europe, Maje Europe, Claudie Pierlot Europe, Fursac, APAC, Amérique du Nord). À la fin de leur durée d'utilité, les points de vente sont réputés fermés et les actifs non-amortis,

tels que les droits au bail en France, cédés. Pour calculer la valeur d'utilité, les flux de trésorerie futurs sont actualisés en retenant un coût moyen pondéré du capital (WACC) variant en fonction de la marque exploitée sur ce point de vente. Quand cette valeur d'utilité est inférieure à la valeur nette comptable des actifs constituant l'UGT, une dépréciation est enregistrée dans les comptes.

En 2025, la Direction a identifié et comptabilisé une perte de valeur des droits au bail et/ou droits d'utilisation à hauteur de 8,1 millions d'euros.

6.4.2 Test des regroupements d'UGT

La norme IAS 36 prescrit qu'un test de dépréciation soit réalisé annuellement au niveau de chaque UGT ou groupe d'UGT auquel le *goodwill* a été affecté.

Comme le préconise la norme IAS 36, chaque UGT ou groupe d'UGT auquel le *goodwill* est ainsi affecté doit représenter, au sein de l'entité, le niveau le plus bas auquel le *goodwill* est suivi pour les besoins de gestion interne et ne doit pas être plus grand qu'un secteur déterminé selon la norme IFRS 8 « Secteurs opérationnels », avant regroupement.

Le niveau d'analyse auquel le groupe SMCP apprécie la valeur recouvrable des *goodwill* correspond à la marque. Ce niveau de test du *goodwill* est fondé sur des critères tant organisationnels que stratégiques.

Ainsi un test de perte de valeur a été effectué sur chacune des quatre marques Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac.

Dans le cadre de l'élaboration de son plan stratégique annuel, le Groupe a revu les perspectives d'activité de ses différents segments. Ce plan stratégique sert de base au test de perte de valeur effectué sur chaque regroupement d'UGT du Groupe au 31 décembre 2025. Il compare la valeur nette comptable de chacune de ses quatre marques (composées de la marque, de la part du *goodwill* affecté, des droits d'utilisation, des autres actifs immobilisés et du BFR) avec la valeur la plus élevée entre la juste valeur nette des coûts de sortie et la valeur d'utilité des marques. Celle-ci est déterminée selon la méthode des flux de trésorerie disponibles (DCF). Ces DCF prennent comme base le budget 2026 et le business plan par regroupement d'UGT arrêté par le Comité exécutif et approuvé par le Conseil d'administration. La durée du business plan a été différenciée en fonction de la maturité de chacune des marques. Ainsi, Sandro et Maje sont des marques matures sur l'ensemble des zones géographiques et des différents canaux de distribution, la durée du business plan retenue est de cinq ans. En revanche, les marques Claudie Pierlot et Fursac sont encore en phase de consolidation, la durée de leur business plan est maintenue sur huit ans.

Le Groupe a sollicité un évaluateur indépendant afin de mettre à jour, pour chacun de ses regroupements d'UGT, le taux d'actualisation ainsi que le taux de croissance à long terme. Cette revue prend en compte des taux différenciés par pays. Les taux appliqués à chaque regroupement d'UGT résultent de la pondération de ces taux par pays, en fonction de la présence géographique des marques. Le tableau suivant présente les taux d'actualisation et de croissance à long terme retenus pour chaque regroupement d'UGT :

	Taux d'actualisation Tests 2024	Taux de croissance à long terme Tests 2024	Taux d'actualisation Tests 2025	Taux de croissance à long terme Tests 2025
Sandro	10,3 %	1,9 %	10,4 %	2,0 %
Maje	10,3 %	1,9 %	10,4 %	2,0 %
Claudie Pierlot	10,9 %	1,8 %	11,0 %	1,9 %
Fursac	10,9 %	1,8 %	11,0 %	1,9 %

À la suite des tests de dépréciation réalisés en 2025, le Groupe a comptabilisé une dépréciation partielle du *goodwill* de Claudie Pierlot d'un montant de 11,8 millions d'euros (dont 4,4 millions d'euros lors de l'arrêté semestriel du 30 juin) et une dépréciation totale du goodwill résiduel de Fursac pour un montant de 6,5 millions d'euros. Pour mémoire, en 2024, le Groupe avait comptabilisé une dépréciation partielle du *goodwill* de Claudie Pierlot d'un montant de 22,4 millions d'euros dès l'arrêté semestriel du 30 juin.

Parmi les autres secteurs d'activité du Groupe, le secteur Fursac présente des actifs ayant une valeur comptable proche de leur valeur recouvrable. Le montant des actifs ainsi que les impacts potentiels de variation de taux d'actualisation après impôt, ou de taux de croissance à l'infini, sont détaillés ci-dessous :

			Montant de dépréciation qui serait comptabilisé en cas de :			
(En millions d'euros)	Valeur comptable du goodwill et des marques (nettes d'IDP) au 31/12/2025	Valeur comptable des actifs de regroupement d'UGT concernés au 31/12/2025	Hausse de 0,5 pt du taux d'actualisation après impôt	Baisse de 0,5 pt du taux de croissance à l'infini	Seuil du taux d'actualisation	Seuil du taux de croissance à l'infini
Sandro	575,8	683,4	-	-	11,9%	n.a
Maje	407,1	490,2	-	-	12,6%	n.a
Claudie Pierlot	47,5	65,9	(5,7)	(3,3)	11,0%	1,9 %
Fursac	44,9	51,5	(3,7)	(2,3)	11,0%	1,9 %
TOTAL	**1 075,3**	**1 291,0**				

6.5 ACTIFS FINANCIERS NON COURANTS

Les actifs financiers s'élèvent à 14,2 millions d'euros au 31 décembre 2025 et correspondent principalement à des dépôts et cautionnements.

6.6 STOCKS

Les matières premières et autres approvisionnements sont comptabilisés au plus bas de leur prix d'acquisition et de leur valeur nette de réalisation estimée.

Le coût des marchandises et des produits finis (hors défectueux) est fondé sur le prix d'acquisition ou le coût de production. Le coût de production est déterminé par l'intégration de l'ensemble des coûts directement imputables aux produits.

Le coût des produits finis englobe les coûts de conception, les matières premières, les coûts directs y compris les coûts logistiques. Il ne comprend pas les coûts d'emprunt.

À chaque clôture (annuelle ou semestrielle), le Groupe est amené à constater une dépréciation de ses stocks sur l'ensemble de ses collections ayant déjà été vendues au sein de son réseau d'*outlets* et sur la base de leur perspective d'écoulement.

Le tableau ci-après illustre l'état des stocks à la fin de la période :

	31/12/2025		
(En millions d'euros)	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette
Stocks de matières premières et autres approvisionnements	29,9	(5,8)	24,1
Produits finis	226,2	(17,3)	208,9
TOTAL DES STOCKS	**256,1**	**(23,1)**	**233,0**

	31/12/2024		
(En millions d'euros)	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette
Stocks de matières premières et autres approvisionnements	30,8	(5,4)	25,4
Produits finis	253,2	(18,3)	234,8
TOTAL DES STOCKS	**283,9**	**(23,7)**	**260,2**

La dépréciation des stocks reflète l'obsolescence technique et stylistique des stocks du Groupe au 31 décembre 2025.

(En millions d'euros)	31/12/2025
Dépréciations cumulées à l'ouverture	**(23,7)**
Dépréciations	(17,9)
Reprises	17,7
Autres et différences de change	0,8
DÉPRÉCIATIONS CUMULÉES À LA CLÔTURE	**(23,1)**

(En millions d'euros)	31/12/2024
Dépréciations cumulées à l'ouverture	**(24,5)**
Dépréciations	(23,3)
Reprises	24,5
Autres et différences de change	(0,4)
DÉPRÉCIATIONS CUMULÉES À LA CLÔTURE	**(23,7)**

6.7 CRÉANCES CLIENTS ET COMPTES RATTACHÉS

Les créances clients et comptes rattachés sont initialement comptabilisés à la juste valeur. Les évaluations ultérieures tiennent compte de la probabilité de recouvrement des créances à travers la comptabilisation d'une perte de valeur spécifique sur créances douteuses déterminée de la manière suivante :

- les créances en contentieux sont dépréciées lorsque des éléments probants certains et précis démontrent l'impossibilité du recouvrement ;
- pour les autres créances douteuses, des pertes de valeur sont comptabilisées pour ajuster les montants recouvrables estimés sur la base des informations disponibles lors de la préparation des états financiers.

La valeur nette comptable des actifs est diminuée *via* l'utilisation d'un compte de dépréciation et la perte est comptabilisée en résultat sous la rubrique « Autres produits et charges opérationnels ». Les créances irrécouvrables sont constatées en résultat, et les dépréciations existantes sont reprises.

L'exposition du Groupe est limitée à ses activités de *wholesale/ partnered retail,* affiliés et de vente en grands magasins.

Jugements et estimations

Les dépréciations pour créances douteuses représentent une estimation raisonnable de la perte due au risque spécifique et générique de ne pas être en mesure de collecter les créances clients comptabilisées dans les états financiers.

(En millions d'euros)	01/01/2025	Variations de la valeur brute	Dépréciations	Reprises	Écarts de conversion	31/12/2025
Créances clients et comptes rattachés	71,3	(3,6)	-	-	(2,0)	65,7
Provisions pour dépréciation	(2,3)	-	(3,5)	-	0,1	(5,7)
CRÉANCES CLIENTS NETTES	**69,0**	**(3,6)**	**(3,5)**	**-**	**(1,9)**	**60,0**

(En millions d'euros)	01/01/2024	Variations de la valeur brute	Dépréciations	Reprises	Écarts de conversion	31/12/2024
Créances clients et comptes rattachés	69,0	1,6	-	-	0,8	71,3
Provisions pour dépréciation	(0,8)	-	(1,8)	0,3	-	(2,3)
CRÉANCES CLIENTS NETTES	**68,2**	**1,6**	**(1,8)**	**0,3**	**0,8**	**69,0**

Les grands magasins sont facturés en fin de mois, pour un règlement en cours de mois suivant. Les créances sur les partenaires locaux sont payées entre 30 et 45 jours. Une garantie bancaire est mise en place pour ces derniers.

Les montants des créances clients s'établissent comme suit :

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Non échues	50,0	47,3
1 à 30 jours	(1,0)	(0,8)
31 à 60 jours	2,3	(0,4)
À plus de 60 jours	1,8	1,7
TOTAL	**53,1**	**47,8**

6.8 AUTRES ACTIFS COURANTS

Les autres actifs courants, d'un montant total de 40,5 millions d'euros au 31 décembre 2025, comprennent principalement des charges constatées d'avance pour 17,0 millions d'euros, des avances et acomptes versés aux fournisseurs pour 8,7 millions d'euros, des créances fiscales pour 8,5 millions d'euros, notamment la taxe sur la valeur ajoutée récupérable par le Groupe auprès des administrations fiscales des pays où il opère, ainsi que 6,2 millions d'euros de créances d'impôt sur les sociétés, principalement en France.

6.9 TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

La trésorerie et les équivalents de trésorerie se composent d'actifs liquides immédiatement disponibles et d'investissements financiers assortis d'une échéance inférieure ou égale à trois mois à partir de la date d'acquisition. Ces actifs sont très liquides, facilement convertibles en espèces, et soumis à un risque négligeable de changement de valeur.

Les dépôts et cautionnements déposés en garantie sont comptabilisés en actifs financiers non courants.

Au 31 décembre 2025, la trésorerie (nette des concours bancaires courants) se décompose comme suit :

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Trésorerie et équivalents de trésorerie	48,5	47,4
Concours bancaires courants	(21,7)	(5,5)
TRÉSORERIE NETTE DES CONCOURS BANCAIRES COURANTS	**26,8**	**41,9**

6.10 CAPITAUX PROPRES

6.10.1 Capital social

La valeur totale des actions émises par la société mère est entièrement comptabilisée dans les capitaux propres dans la mesure où ils sont constitutifs de son capital social.

Au 31 décembre 2025, le capital social de la Société, entièrement souscrit et libéré, s'élève à 86 159 587, 80 euros correspondant à 78 326 898 actions ordinaires d'un euro et dix centimes (1,10 euro) de valeur nominale, et entièrement libérées. Le 11 août 2025, European TopSoho S.à r.l. a obtenu la restitution des 12 106 939 actions qui avaient été transférées à un tiers par ETS en 2021, et détient désormais 23,2% du capital social de SMCP SA. À noter par ailleurs que l'intégralité des actions de préférence de catégorie G qui étaient encore en vie à la clôture 2024 ont été converties en actions ordinaires au 1er janvier 2025.

	31/12/2025			
Actionnaires	**Nombre d'actions ordinaires**	**Nombre d'ADPG**	**Nombre total d'actions**	**% du capital**
European TopSoho S.à r.l.	18 182 787	-	18 182 787	23,2 %
Glas SAS (*London Branch*)	21 952 315	-	21 952 315	28,0 %
Fondateurs & managers	5 921 974	-	5 921 974	7,6 %
Public	31 769 869	-	31 769 869	40.6 %
Autocontrôle	499 953	-	499 953	0,6 %
TOTAL	**78 326 898**	**-**	**78 326 898**	**100,0 %**

	31/12/2024			
Actionnaires	**Nombre d'actions ordinaires**	**Nombre d'ADPG**	**Nombre total d'actions**	**% du capital**
European TopSoho S.à r.l.	6 075 848	-	6 075 848	8,0 %
Glas SAS (*London Branch*)	21 952 315	-	21 952 315	28,8 %
Autre(s) actionnaire(s)	12 106 939	-	12 106 939	15,9 %
Fondateurs & managers	5 693 512	601 804	6 295 316	8,3 %
Public	29 549 474	95 539	29 645 013	38,9 %
Autocontrôle	213 099	-	213 099	0,3 %
TOTAL	**75 591 187**	**697 343**	**76 288 530**	**100,0 %**

6.10.2 Droits attachés aux actions

Chaque action dispose, à compter de son émission, d'un droit de vote, proportionnel à la quotité de capital qu'elle représente.

Au 31 décembre 2025, il existe cinq plans d'attribution d'actions gratuites (*cf.* Note 5.5 « Paiements en actions »).

6.10.3 Actions propres

Les actions propres sont enregistrées pour leur coût d'acquisition en diminution des capitaux propres. Les résultats liés à la cession ou l'annulation de ces actions sont enregistrés directement en capitaux propres.

Le montant total des actions propres est constitué, d'une part, d'actions détenues dans le cadre du Contrat de liquidité et, d'autre part, d'actions rachetées afin de couvrir les plans d'intéressement long terme des dirigeants et collaborateurs du Groupe (499 953 actions). Ces actions propres correspondent à un montant total d'environ 4.5 millions d'euros.

À noter qu'au 31 décembre 2025, aucune action n'est détenue dans le cadre du contrat de liquidité.

6.11 DETTES FINANCIÈRES

Le Groupe calcule chaque trimestre l'endettement financier net consolidé qui est un élément important de suivi de la performance financière du Groupe et s'établit de la manière suivante :

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(48,5)	(47,4)
Concours bancaires courants	21,7	5,5
Trésorerie nette des concours bancaires courants	**(26,8)**	**(41,9)**
Part à court terme des emprunts auprès des établissements de crédit	103,9	96,7
Part à long terme des emprunts auprès des établissements de crédit	156,7	89,0
Autres dettes financières	3,6	3,7
Intérêts courus sur emprunts et autres	(0,3)	(0,1)
ENDETTEMENT FINANCIER NET LIÉ AUX OPÉRATIONS	**237,2**	**147,5**

La clause de levier financier (ratio Dette financière nette hors IFRS 16/EBITDA hors IFRS) est respectée au 31 décembre 2025, le levier s'établissant à 1,3x. Les principales composantes des dettes financières sont présentées ci-après :

Dette en millions d'euros	Montant initial ou maximal	Capital restant dû au 31/12/2025	Échéance
Term loan A	265,0	75,0	Mai 2027
Ligne de crédit *revolving*	200,0	0,0	Mai 2027
PGE émis en 2020	140,0	42.0	Juin 2026
PGE émis en 2021	53,0	38.0	Juin 2027
NEU CP	200,0	30,0	Illimité
Autres dont financement d'acquisition	5,0	1.7	Juillet 2026

Comme prévu dans les plans d'amortissement de chaque ligne de financement, en 2025, le Groupe a remboursé 15 millions d'euros au titre du *Term loan A* et 47 millions d'euros au titre des deux PGE, ainsi que 1,7 million d'euros de divers emprunts à moyen terme (*cf.* Tableau de flux de trésorerie au paragraphe 6.1.1.4 « Remboursement des dettes financières »).

Le tirage partiel de la ligne de crédit *revolving* (RCF), qui s'élevait à 15 millions d'euros à la clôture de l'exercice 2024, a été remboursé en 2025. A noter également que la maturité du Term Loan A et de la RCF a été étendue d'un an en mai 2027.

L'échéancier de la dette se présente de la façon suivante :

(En millions d'euros)	Valeur comptable au 31 décembre 2025	Flux de trésorerie contractuels	< 1 an	1 à 5 ans	> 5 ans
Emprunts auprès des établissements de crédit	**161,2**	**162,2**	**72,6**	**89,6**	**-**
Emprunts à terme amortissables (Term loan A & PGE)	154,0	155,0	65,4	89,6	-
Tirage ligne de crédit *revolving* (RCF)	-	-	-	-	-
Autres emprunts bancaires	1,9	1,9	1,9	-	-
Découverts bancaires	5,5	5,5	5,5	-	-
Intérêts courus sur emprunts et autres	(0,2)	(0,2)	(0,2)	-	-
Autres emprunts et dettes financières	**33,7**	**33,7**	**31,6**	**2,1**	**-**
Titres négociables à court terme (NEU CP)	30,0	30,0	30,0	-	-
Autres dettes financières	3,7	3,7	1,6	2,1	-
ENDETTEMENT FINANCIER	**194,9**	**195,9**	**104,2**	**91,7**	**-**

Les prêts contractés en vertu de la Facilité de Crédit portent intérêt à un taux variable indexé sur l'EURIBOR de la période tirée majoré de la marge applicable.

6.12 PROVISIONS COURANTES ET NON COURANTES

Principes généraux

Une provision est comptabilisée lorsque le Groupe a une obligation actuelle résultant d'un événement passé vis-à-vis d'un tiers dont il est probable qu'il résultera pour le Groupe un décaissement dont le montant peut être évalué de façon fiable. Lorsqu'il est prévu que la date d'exécution de cette obligation soit supérieure à un an, la provision est comptabilisée en « Passifs non courants » et son montant fait l'objet d'une actualisation, dont les effets sont comptabilisés en résultat financier selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

Jugements et estimations

Les estimations et jugements principaux concernant les provisions pour passifs se fondent sur les hypothèses suivantes :

- coûts de restructuration : le nombre de salariés, les coûts probables par salarié ;
- litiges et contentieux (ex. : sanctions contractuelles, risques fiscaux) : les hypothèses retenues pour évaluer la situation juridique et les risques sur la base de la probabilité de survenance.

Le tableau ci-après illustre les mouvements survenus au cours de la période :

(En millions d'euros)	01/01/2025	Dotations	Reprises (utilisation)	Reprises (sans objet)	OCI/ reclassement	Différences de change	31/12/2025
Provision pour risques et charges	4,9	-	(0,4)	-	0,2	(0,3)	4,4
Provision pour engagements de retraite	4,6	1,0	(0,6)	-	(0,1)	-	4,9
TOTAL DES PROVISIONS NON COURANTES	**9,5**	**1,0**	**(1,0)**	**-**	**0,1**	**(0,3)**	**9,3**
Provision pour litiges	1,6	0,8	(0,6)	-	-	-	1,8
TOTAL DES PROVISIONS COURANTES	**1,6**	**0,8**	**(0,6)**	**-**	**-**	**-**	**1,8**

(En millions d'euros)	01/01/2024	Dotations	Reprises (utilisation)	Reprises (sans objet)	OCI/ reclassement	Différences de change	31/12/2024
Provision pour risques et charges	0,6	-	(0,4)	-	4,6	0,1	4,9
Provision pour engagements de retraite	5,0	1,0	(0,4)	-	(0,8)	-	4,6
TOTAL DES PROVISIONS NON COURANTES	**5,6**	**1,0**	**(0,8)**	**-**	**3,8**	**0,1**	**9,5**
Provision pour litiges	1,3	1,0	(0,9)	-	0,2	-	1,6
TOTAL DES PROVISIONS COURANTES	**1,3**	**1,0**	**(0,9)**	**-**	**0,2**	**-**	**1,6**

Les provisions pour litiges comprennent les provisions pour litiges sociaux et litiges fournisseurs.

6.13 AVANTAGES DU PERSONNEL

Régimes à cotisations définies

S'agissant des régimes à cotisations définies, le Groupe verse des cotisations, calculées sur la base des salaires, à des organismes externes et n'est soumis à aucune obligation quant au niveau des prestations versées aux bénéficiaires. Les charges sont comptabilisées lorsque les cotisations deviennent exigibles.

Régimes à prestations définies

Les engagements de retraite au titre des régimes à prestations définies sont comptabilisés à la valeur actuelle des obligations découlant de ces régimes à la date de clôture. L'engagement du Groupe au titre des régimes de retraite à prestations définies est calculé tous les ans par des actuaires indépendants, sur la base d'un taux d'actualisation déterminé en fonction des taux d'émission des obligations du secteur privé de grande qualité (entreprises cotées AA et AAA) pour des durations équivalents à celle des engagements.

L'engagement dépend des conditions de départ à la retraite prévues par la convention collective et de l'ancienneté des salariés, dans la mesure où il est déterminé en fonction de leur date éventuelle de départ à la retraite. Cet engagement tient compte de la probabilité que le salarié quitte la Société après avoir acquis le droit à une retraite à taux plein. L'ensemble de ces coûts, y compris les cotisations sociales, sont cumulés et systématiquement comptabilisés en résultat aussi longtemps que le salarié figure dans l'effectif. La provision pour indemnités de départ à la retraite concerne, en vertu des conventions collectives, les indemnités spécifiques au régime français. Le Groupe n'a pas d'engagement de cette nature pour ses salariés, employés dans d'autres pays que la France. Elle est estimée sur une base actuarielle selon la méthode des unités de crédit projetées (méthode de répartition des prestations constituées au prorata des années de service) conformément à la norme IAS 19 « Avantages du personnel ». L'amendement IFRIC n'a pas d'impact sur la Société (*cf.* Note 2.2.2 « Règles et méthodes comptables »).

Les écarts actuariels découlant des ajustements liés à l'expérience et des changements d'hypothèses actuarielles sont comptabilisés dans les « Autres éléments du résultat global » et ne sont pas recyclables en résultat.

Le coût des services passés est comptabilisé immédiatement en résultat.

La provision pour retraite ne concerne que la France et tient compte des éléments suivants :

- les droits acquis par chaque salarié à la clôture de chaque période. Le taux de revalorisation des salaires (hors inflation) est estimé à 3,75 % pour les cadres, et à 2,75 % pour les non-cadres ;
- la probabilité pour chaque salarié qu'il soit encore employé par le Groupe à la date du départ à la retraite (après avoir acquis le droit à une retraite à taux plein) ;
- la rupture du contrat de travail par le salarié ;
- un taux d'actualisation de 4 % ;
- le top management n'est pas éligible aux prestations de retraite.
- La maturité des engagements au 31/12/2025 est de 17 ans.

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Dette actuarielle à l'ouverture	**4,9**	**4,6**
Coûts des services rendus au cours de l'exercice	0,4	0,3
Coût financier estimé	0,1	0,1
Autres éléments du résultat global	(0,8)	(0,1)
Dette actuarielle à la clôture	**4,6**	**4,9**
Passif inscrit à l'état de situation financière	**4,6**	**4,9**
Coût des services rendus	**0,4**	**0,3**
Coûts des services rendus au cours de l'exercice	0,4	0,3
Frais financiers nets	**0,1**	**0,1**
Coût financier	0,1	0,1
Coût net de l'exercice	**0,5**	**0,4**

6.14 DETTES FOURNISSEURS ET COMPTES RATTACHÉS

Les dettes fournisseurs, d'un montant de 138,8 millions d'euros au 31 décembre 2025, comprennent notamment 15,9 millions d'euros de dettes liées à des acquisitions d'immobilisations. Le montant des dettes fournisseurs (hors fournisseurs d'immobilisation et fournisseurs – factures non parvenues) s'établit comme suit :

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Non échues	43,9	42,4
1 à 30 jours	22,0	14,9
31 à 60 jours	4,0	2,2
À plus de 60 jours	3,7	0,8
TOTAL	**73,6**	**60,3**

6.15 AUTRES PASSIFS COURANTS

Les autres passifs courants, d'un montant de 85,1 millions d'euros au 31 décembre 2025, comprennent principalement des impôts et taxes et des dettes sociales pour 67,0 millions d'euros, et des avances et acomptes clients pour 18,1 millions d'euros.

6.16 JUSTE VALEUR DES ACTIFS ET PASSIFS FINANCIERS

Évaluation à la juste valeur

Selon IFRS 13 « Évaluation à la juste valeur », la juste valeur (ou la valeur de marché) est le prix qui serait obtenu sur la vente d'un actif ou payé sur le transfert d'un engagement dans le cadre d'une transaction régulière entre des participants du marché.

La juste valeur d'un actif ou d'un passif est calculée en partant des hypothèses qui seraient utilisées par les participants du marché pour valoriser cet actif ou ce passif, en supposant qu'ils agissent au mieux de leurs intérêts économiques.

L'évaluation à la juste valeur d'un actif non financier tient compte de la capacité d'un participant du marché à obtenir les avantages économiques de cet actif s'il l'utilisait de façon optimale ou le vendait à un autre participant du marché qui l'utiliserait de façon optimale.

Le Groupe a recours à des techniques de valorisation appropriées aux circonstances et pour lesquelles des données suffisantes sont disponibles pour évaluer la juste valeur, en maximisant l'utilisation de données observables pertinentes et en limitant l'utilisation de données non observables.

L'ensemble des actifs et passifs pour lesquels la juste valeur est mesurée ou publiée dans les états financiers sont classés dans la hiérarchie des justes valeurs (voir ci-après) en fonction de la donnée du plus bas niveau qui est significative pour la juste valeur prise dans son ensemble :

- niveau 1 – cours (non ajusté) atteints par des actifs ou passifs identiques sur des marchés actifs ;
- niveau 2 – techniques de valorisation pour lesquelles la donnée du plus bas niveau qui est significative pour la juste valeur est directement ou indirectement observable ;
- niveau 3 – techniques de valorisation pour lesquelles la donnée du plus bas niveau qui est significative pour la juste valeur n'est pas observable.

Dans la catégorie « Actifs financiers non courants » (Note 6.5), le Groupe évalue les actifs donnés en garantie à la juste valeur à chaque date de clôture (technique de valorisation de niveau 2).

La juste valeur des instruments financiers dérivés comptabilisée au 31 décembre 2025 a été classée en niveau 2.

Couverture de juste valeur (*fair value hedge -FVH*) :

Ces variations de juste valeur des actifs ou passifs couverts sont enregistrées au résultat et compensent les variations de valeur de l'instrument financier dérivé affecté au sous-jacent. La valeur temps d'une option achetée et la composante *forward* (report/déport) des contrats à terme sont assimilées à un « coût » lié à la couverture. Ainsi, la variation de valeur temps des options et la variation de report/déport des opérations à terme sont enregistrées dans les capitaux propres durant la vie des opérations, et recyclées en résultat de manière symétrique à l'élément couvert.

Couverture de flux futurs (*cash flow hedge -CFH*) :

La partie efficace des variations de valeur de l'instrument dérivé est enregistrée en autres éléments du résultat global et recyclée en résultat de manière symétrique à l'élément couvert. La valeur temps d'une option achetée et la composante *forward* (report/déport) des contrats à terme sont assimilées à un « coût » lié à la couverture. Ainsi, la variation de valeur temps des options et la variation de report/déport des opérations à terme sont enregistrées dans les capitaux propres durant la vie des opérations, et recyclées en résultat de manière symétrique à l'élément couvert. La partie inefficace est comptabilisée immédiatement au résultat.

Les valeurs nettes comptables et justes valeurs des actifs et passifs financiers sont résumées dans le tableau ci-dessous :

				31/12/2024		31/12/2025	
(En millions d'euros)	Notes	Modalités d'évaluation	Hiérarchie des justes valeurs	Valeur nette comptable	Juste valeur	Valeur nette comptable	Juste valeur
Prêts et créances		Prêt & créance	(1)	16,8	16,8	14,1	14,1
Actifs financiers non courants	**6.5**			**16,8**	**16,8**	**14,1**	**14,1**
Créances clients et comptes rattachés	**6.7**	**Prêt & créance**	**(1)**	**69,0**	**69,0**	**60,2**	**60,2**
Instruments dérivés éligibles à la comptabilité de couverture [2]		**JV par AERG/ JV par CdR**	**(2)**	**0,2**	**0,2**	**0,6**	**0,6**
Trésorerie et équivalents de trésorerie	**6.9**	**Prêt & créance**	**(1)**	**48,5**	**48,5**	**47,4**	**47,4**
Term loan A		Coût amorti	(1)	75,0	75,0	56,0	56,6
PGE		Coût amorti	(1)	79,7	79,7	33,0	33,0
Autres emprunts		Coût amorti	(1)	1,9	1,9	-	-
Dépôts et cautionnements reçus		Coût amorti	(1)	0,6	0,6	0,7	0,7
Autres dettes financières		Coût amorti	(1)	2,2	2,2	1,4	1,4
Dette financière à long terme	**6.11**			**159,2**	**159,2**	**91,1**	**91,7**
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	**6.14**	**Coût amorti**	**(1)**	**143,4**	**143,4**	**138,6**	**138,6**
Concours bancaires		Coût amorti	(1)	21,7	21,7	5,5	5,5
Term loan A		Coût amorti	(1)	13,6	15,0	17,6	18,4
Tirage ligne de crédit *revolving* (RCF)		Coût amorti	(1)	15.0	15,0	-	-
NEU CP		Coût amorti	(1)	25.0	25,0	30,0	30,0
PGE		Coût amorti	(1)	48,0	47,3	47,4	47,0
Autres emprunts		Coût amorti	(1)	2,5	2,5	1,9	1,9
Intérêts courus sur emprunts		Coût amorti	(1)	(0,3)	(0,3)	(0,2)	(0,2)
Autres dettes financières		Coût amorti	(1)	0,7	0,7	1,6	1,6
Concours bancaires et dettes financières à court terme	**6.9**	**Coût amorti**	**(1)**	**126,2**	**126,9**	**103,8**	**104,2**
Instruments dérivés éligibles à la comptabilité de couverture [2]		**JV par AERG/ JV par CdR**	**(2)**	**2,0**	**2,0**	**0,4**	**0,4**

(1) Le niveau de juste valeur n'est pas fourni dans la mesure où la valeur nette comptable correspond à une approximation raisonnable de la juste valeur.
(2) Il s'agit de contrats à terme ou d'instruments de nature optionnelle destinés à couvrir les flux de trésorerie futurs libellés en devises étrangères. L'application de IFRS 9 a élargi le périmètre des instruments financiers éligibles à la comptabilité de couverture. Ci-dessous les règles de comptabilisation du Groupe en matière de comptabilité de couverture avec IAS 39 puis IFRS 9 :

Au 31 décembre 2025, la juste valeur des instruments dérivés a été estimée à la valeur de marché (technique de valorisation de niveau 2 selon IFRS 13, par référence à des transactions récentes dans des conditions de concurrence normale entre parties informées et consentantes).

JV par AERG : juste valeur par autres éléments du résultat global.

JV par CdR : juste valeur par compte de résultat

6.17 INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DU RISQUE DE MARCHÉ

6.17.1 Organisation de la gestion du risque de change, du risque de taux d'intérêt et du risque de marché

La gestion du risque de change et du risque de taux d'intérêt est centralisée.

Le Groupe a mis en œuvre une politique stricte, ainsi que des règles rigoureuses pour gérer, évaluer et surveiller ces risques de marché et est amené à utiliser des instruments financiers dans ce cadre.

6.17.2 Risque de change

Le Groupe a une part importante de son chiffre d'affaires (environ 39 % au cours de la période close le 31 décembre 2025) réalisée dans des devises étrangères, notamment le dollar américain, le yuan chinois, la livre sterling, le franc suisse, le dollar canadien, le dollar australien, le dollar néo-zélandais et le dollar de Hong Kong. Une partie du coût de ses ventes est également libellée en devises étrangères, notamment les achats libellés en dollars américains ou en yuan chinois. Le Groupe détient également certains actifs qui sont inscrits à son bilan en devises étrangères.

Le Groupe est donc exposé aux évolutions de ses devises alors que la devise de *reporting* comptable est l'euro.

Toutefois, le Groupe a mis en place une politique de centralisation de la gestion du risque de change et de sa trésorerie, dont l'objectif est de limiter cette exposition, et les coûts de couverture, en essayant au maximum d'adosser le produit des ventes réalisé en dollar américain et yuan chinois avec les achats réalisés dans ces mêmes devises auprès des fournisseurs et façonniers en Asie, afin de désensibiliser la marge nette au risque de change (*natural hedging*). Par ailleurs, pour les autres devises, la politique du Groupe est de convertir tous les excédents non nécessaires au financement de la croissance future dans la devise de *reporting* (euro) à la fin de chaque mois, afin de réduire au maximum la sensibilité du Groupe à ces autres expositions.

Dans cette perspective, le Groupe anticipe ses excédents et couvre par des ventes à terme simples ou des options vanille ses flux futurs hautement probables selon une gestion prudente. Le Groupe opère également une couverture de ses comptes courants et prêts intragroupes en devises finançant les investissements de ses filiales en devises par des *swaps* couvrant l'intégralité des engagements court et moyen terme de ses filiales. Le Groupe demeure cependant exposé à une sensibilité au risque de change compte tenu des investissements réalisés dans des pays dont la devise fonctionnelle est différente de la devise de reporting (boutiques et fonds de commerce aux États-Unis, en Grande-Bretagne, en Asie, etc.), pour lesquels le Groupe n'a pas souhaité se refinancer dans la monnaie concernée.

6.17.3 Risque de taux d'intérêt

Le Groupe est exposé au risque de fluctuation des taux d'intérêt en raison de certaines de ses dettes dont les taux d'intérêt sont indexés sur le taux interbancaire offert européen (« EURIBOR »), augmenté d'une marge. Le tableau ci-après présente la répartition de la dette taux fixe/taux variable au 31 décembre 2025 :

(En millions d'euros)	31/12/2024		31/12/2025	
Dette à taux variable	**175,7**	**67 %**	**135,2**	**72 %**
Term loan A	90,0	34 %	75,0	40 %
Tirage ligne de crédit *revolving* (RCF)	15,0	6 %	0,0	0 %
Lignes de PGE à taux variable	45,7	17 %	30,2	16 %
Titres négociables à court terme (NEU CP)	25,0	10 %	30,0	16 %
Dette à taux fixe	**85,7**	**33 %**	**51,8**	**28 %**
Lignes de PGE à taux fixe	81,3	31 %	49,8	27 %
Autres emprunts bancaires	4,4	2 %	1,9	1 %
TOTAL	**261,4**	**100 %**	**187,0**	**100 %**

6.17.4 Sensibilité au risque de taux d'intérêt

Compte tenu des engagements financiers du Groupe au cours de l'exercice clos au 31 décembre 2025 et du niveau des taux d'intérêt, une hausse de 50 points de base de ces taux aurait eu un impact de 0,9 million d'euros sur la période.

6.17.5 Instruments dérivés utilisés pour gérer le risque de change

Opérations en devises étrangères

Les transactions réalisées par les sociétés consolidées et libellées dans une devise différente de leur devise fonctionnelle sont converties au taux de change moyen annuel de la période concernée.

Les créances clients, dettes fournisseurs et dettes libellées dans une devise différente de la devise fonctionnelle des entités sont converties au taux de change en vigueur à la date de clôture.

Les écarts de change latents résultant de cette conversion sont comptabilisés :

- dans le coût des ventes dans le cas des opérations commerciales ;
- dans le résultat financier net dans le cas des transactions financières.

Les gains et pertes de change résultant de la conversion des opérations intragroupes ou des créances et dettes libellées dans une devise différente de la devise fonctionnelle des entités sont comptabilisés en résultat.

Le Groupe a recours à des instruments financiers pour réduire son exposition au risque de change.

Les instruments financiers dérivés sont initialement comptabilisés à la juste valeur à la date de signature du contrat dérivé, et sont par la suite réévalués à leur juste valeur, que les dérivés soient qualifiés ou non de couverture au sens de la norme IFRS 9. La méthode de comptabilisation des gains ou pertes en résultat dépend de la désignation, ou non, de l'instrument dérivé en tant qu'instrument de couverture et, dans ce cas, de la nature de l'élément couvert. Le Groupe couvre le risque de change relatif à des actifs ou passifs comptabilisés, ou bien à des opérations futures jugées hautement probables (couverture de flux de trésorerie).

Les justes valeurs des instruments dérivés actif et passif sont les suivantes au 31 décembre 2025 :

(En millions d'euros)	Juste valeur positive	Juste valeur négative	Juste valeur nette
Opérations à terme	0,5	(0,3)	0,2
Options	0.1	-	0.1
TOTAL	**0.6**	**(0,3)**	**0.3**

Les justes valeurs des instruments dérivés actif et passif au 31 décembre 2024 :

(En millions d'euros)	Juste valeur positive	Juste valeur négative	Juste valeur nette
Opérations à terme	0,2	(1,7)	(1,6)
Options	0,1	(0,3)	(0,2)
TOTAL	**0.2**	**(2,0)**	**(1,8)**

Le Groupe documente, au moment de la transaction, la relation entre l'instrument de couverture et l'élément couvert, l'objectif de gestion et la stratégie de couverture. Le Groupe démontre également l'efficacité de la couverture pour compenser les variations de juste valeur ou des flux de trésorerie des éléments couverts dès son origine, et tant qu'elle perdure.

Une part importante des ventes des sociétés du Groupe à leurs clients et à leurs propres filiales de distribution, ainsi qu'une partie de leurs achats, sont libellés dans une devise différente de leur devise fonctionnelle. Les instruments de couverture sont utilisés pour atténuer les risques résultant des fluctuations des devises dans les opérations prévues sur des périodes futures (opérations de couverture de flux de trésorerie).

Les flux de trésorerie futurs libellés en devises sont estimés dans le cadre du processus budgétaire et sont couverts progressivement, dans la limite d'une maturité moyenne pour une collection excédant rarement un an. De fait, selon l'évolution des marchés, les risques de change identifiés sont couverts par des contrats à terme ou des instruments de nature optionnelle.

		USD	GBP	CHF	CNY	CAD	HKD	AUD	NZD	
Type d'impact	**Type de couverture**	**Export**	**Export**	**Export**	**Export**	**Export**	**Export**	**Export**	**Export**	**31/12/2025**
AERG impacts	CFH	0,0	0,1	0,0	0,2	(0,0)	(0,0)	(0,0)	0,0	0,2
AERG impacts	FVH	(0,0)	(0,0)	0,0	(0,0)	0,0	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)
CdR impacts	CFH	0,0	0,00	0,0	0,0	0,0	0,00	0,0	0,0	0,0
CdR impacts	FVH	0,0	0,0	0,0	(0,1)	0,0	0,1	(0,0)	0,0	0,0
CdR impacts	*Trading*	0,0	0,0	0,0	0,0	(0,0)	0,00	(0,0)	0,0	0,0
TOTAL *(en M€)*		**0,0**	**0,1**	**0,1**	**0,1**	**(0,0)**	**0,1**	**(0,1)**	**0,0**	**0,3**
Position *(en millions de devises)*		13,1	12,8	0,2	49,0	2,7	97,5	15,0	0,7	

La couverture de flux de trésorerie est utilisée pour couvrir les achats et les ventes liés aux collections printemps/été et automne/hiver.

Analyse de sensibilité au risque de change

Une hausse (baisse) des différentes devises par rapport à l'euro au 31 décembre aurait affecté la valorisation des instruments financiers libellés en devises et aurait entraîné une baisse (hausse) des capitaux propres et du résultat comme le montre le tableau ci-après.

Cette analyse se fonde sur des variations de change que le Groupe juge raisonnables à la date de clôture. Pour les besoins de cette analyse, il est supposé que toutes les autres variables, et notamment les taux d'intérêt, restent constantes et il n'est pas tenu compte de l'impact sur les ventes et les achats anticipés.

31/12/2025	**Capitaux propres**		**Compte de résultat**	
(En millions d'euros)	**Hausse**	**Baisse**	**Hausse**	**Baisse**
USD (variation +/-10 %)	(0,5)	0,5	(0,6)	0,6
GBP (variation +/-10 %)	(1,1)	1,2	(0,1)	0,0
CHF (variation +/-10 %)	(0,5)	0,6	0,7	(0,7)
HKD (variation +/-10 %)	(0,4)	0,3	(0,6)	0,7
CNY (variation +/-10 %)	0,0	0,0	0,0	0,0
CAD (variation +/-10 %)	(0,3)	0,2	0,1	(0,2)
AUD (variation +/-10 %)	(0,2)	0,2	(0,7)	0,5
NZD (variation +/-10 %)	0,0	(0,0)	(0,0)	0,0
SENSIBILITÉ NETTE DES FLUX DE TRÉSORERIE	**(3,0)**	**3,0**	**(1,1)**	**1,1**

Une hausse (baisse) de l'euro par rapport aux différentes devises au 31 décembre aurait affecté la présentation des comptes consolidés comme le montre le tableau ci-après (*excluant l'impact des instruments financiers et dérivés ci-dessus*). Cette analyse se fonde sur le taux de change en vigueur à la date de clôture sur les états financiers libellés en devises étrangères des entités consolidées au 31 décembre 2025.

31/12/2025	**Capitaux propres**		**Compte de résultat**	
(En millions d'euros)	**Hausse**	**Baisse**	**Hausse**	**Baisse**
USD (variation +/-10 %)	(2,9)	3,5	(1,7)	2,0
GBP (variation +/-10 %)	0,2	(0,1)	(0,9)	1,1
CHF (variation +/-10 %)	(0,9)	1,1	(0,4)	0,5
HKD (variation +/-10 %)	(5,1)	6,2	2,8	(3,4)
CNY (variation +/-10 %)	(0,9)	1,1	(0,4)	0,5
SENSIBILITÉ AU TAUX DE CHANGE	**(9,6)**	**11,8**	**(0,6)**	**0,7**

6.17.6 Échéance des dettes financières et risque de liquidité

L'exposition du Groupe au risque de liquidité peut être appréciée par rapport au montant de ses emprunts à court terme, hors instruments dérivés, nets de la trésorerie et des équivalents de trésorerie.

Le niveau de liquidité du Groupe est fonction du montant de ses placements, de sa capacité à lever des emprunts à long terme, de la qualité de ses relations avec les banques, matérialisée ou non par des lignes de crédit confirmées.

Le tableau ci-après présente l'échéancier contractuel des décaissements, nominal et intérêts comptabilisés au 31 décembre 2025.

(En millions d'euros)	**2026**	**2027**	**Total**	**Valeur comptable au 31 décembre 2025**
Emprunts à terme amortissables *(Term loan A* & PGE)	65,4	89,6	155,0	154,0
Tirage ligne de crédit *revolving* (RCF)	-	-	-	-
Autres emprunts bancaires	1,9	-	1,9	1,9
Concours bancaires et dettes financières à court terme	30,0	-	30,0	30,0
Intérêts courus sur emprunts et autres	(0,2)	-	(0,2)	(0,2)
Autres dettes financières	1,6	2,1	3,7	3,7
Découverts bancaires	5,5	-	5,5	5,5
TOTAL DES PASSIFS FINANCIERS AU 31 DÉCEMBRE 2025	**104,2**	**91,7**	**195,9**	**194,9**

À la clôture de l'exercice 2025, l'encours de Neu CP était de 30 millions d'euros. La ligne de crédit *revolving* de 200 millions d'euros était intégralement non tirée.

6.17.7 Risque de crédit

Le Groupe est exposé à un risque de crédit limité compte tenu des différents réseaux de vente des produits du Groupe :

- une part importante de son activité est la vente au détail pour laquelle les clients règlent leurs achats au comptant ;
- les affiliés sont facturés une ou deux fois par mois et le règlement intervient dans un délai de quelques jours. Le Groupe dispose d'une garantie bancaire pour chacun de ses affiliés ;
- les grands magasins sont facturés à la fin de chaque mois pour un règlement en cours de mois suivant. En cas de risque de recouvrement, une dépréciation peut être constatée (5,7 millions d'euros au 31 décembre 2025) ;
- les partenaires, ou « partenaires *wholesale* » (hors France) règlent à échéance 30 ou 45 jours le plus souvent couverts par des lettres de crédit à l'exception de ceux implantés dans des pays jugés à risque pour lesquels les conditions sont le règlement à l'expédition ;
- à la clôture du 31 décembre 2025, le montant des créances échues représentait 0,5 million d'euros soit 1 % du solde des créances clients.

Note 7 Engagements hors bilan

7.1 ENGAGEMENTS REÇUS

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Lignes de crédit non tirées (crédit *revolving)*	185,0	200,0
Engagements de garantie	5,9	11,8
ENGAGEMENTS REÇUS	**190,9**	**211,8**

Au 31 décembre 2025, les engagements de garanties sont constitués de garanties reçues de la part des affiliés pour 2,1 millions d'euros, et de la part des partenaires pour 9,2 millions d'euros.

7.2 ENGAGEMENTS DONNÉS

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Sûretés	-	-
Lettre de crédit	0,3	-
Nantissement de fonds de commerce	0,1	-
Engagements de garantie	32,3	42,8
Garantie liée au programme d'émission de Titres Négociables à Court Terme (Neu CP) [1]	210,0	210,0
ENGAGEMENTS DONNÉS	**242,7**	**252,8**

(1) Les NEU CP sont placés à hauteur de 30 millions d'euros au 31 décembre 2025, contre 25 millions d'euros au 31 décembre 2024

Au 31 décembre 2025, les engagements de garantie sont constitués notamment de garanties bancaires.

Note 8 Autres informations

8.1 EFFECTIFS

Le tableau suivant illustre la répartition des effectifs par zone géographique :

	Effectifs opérationnels [1]		Effectifs opérationnels moyens en équivalent temps plein [2]	
	31/12/2024	31/12/2025	31/12/2024	31/12/2025
France	2 698	2 543	2 543	2 421
Europe (hors France)	1 758	1 812	1 352	1 388
Amérique	677	676	536	535
Asie	1 421	1 328	1 260	1 069
EFFECTIF TOTAL	**6 554**	**6 359**	**5 691**	**5 413**

(1) Les effectifs opérationnels du Groupe comprennent les personnes employées par l'une des sociétés du Groupe dans le cadre de contrats à durée indéterminée (CDI) ou à durée déterminée (CDD) et inscrits dans les registres du personnel au 31 décembre, quelle que soit la durée du travail. Sont compris les salariés en congé maternité ou adoption, les salariés en détachement auprès d'une autre entité du Groupe et les salariés en congé sabbatique (plus de six mois) qui ont été remplacés. Sont exclus les sous-traitants, les travailleurs temporaires, les stagiaires, les apprentis et les personnes bénéficiant d'une formation en alternance, les salariés détachés auprès de sociétés n'appartenant pas au Groupe et les salariés en congé sabbatique (plus de six mois) qui n'ont pas été remplacés.

(2) Le nombre moyen de salariés en équivalent temps plein (ETP) indique l'effectif opérationnel à la fin de chaque mois durant la période, ajusté du nombre de salariés à temps partiel en utilisant le taux individuel de présence, ainsi que les salariés présents pendant seulement une partie de la période, divisé par le nombre de mois de la période.

8.2 HONORAIRES DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Les honoraires d'audit au titre des comptes consolidés de SMCP SA et de ses filiales pour l'exercice clos au 31 décembre 2025 (incluant les missions SACC, l'audit du rapport de durabilité et les attestations de chiffre d'affaires) se répartissent comme suit au sein du collège composé de Deloitte et Associés (y.c. leur réseau) et Grant Thornton (y.c. leur réseau) :

	Grant Thornton		Deloitte et Associés		Autres réseaux	
	(En millions d'euros)	*%*	*(En millions d'euros)*	*%*		
Certification des comptes						
SMCP SA	0,3	50 %	0,4	50 %		
Filiales intégrées globalement	0,3	50 %	0,3	38 %	0,2	100 %
Audit du rapport de durabilité	0,0	0 %	0,1	12 %	0,0	0 %
Sous-total	**0,6**	**100 %**	**0,8**	**100 %**	**0,2**	**100 %**
Services autres que la certification des comptes						
SMCP SA	0,0		0,0			
Filiales intégrées globalement	0,0		0,0		0,2	100 %
Sous-total	**0,0**	**0 %**	**0,0**	**0 %**	**0,2**	**100 %**
TOTAL	**0,6**	**100 %**	**0,8**	**100 %**	**0,4**	**100 %**

8.3 TRANSACTIONS AVEC DES PARTIES LIÉES

D'après la norme IAS 24, « Information relative aux parties liées », une partie liée est une personne physique ou morale qui est liée à l'entité qui présente ses états financiers.

Cela peut être n'importe laquelle des personnes suivantes :

- une personne ou une société qui exerce un contrôle sur le Groupe ;
- une entreprise associée du Groupe ;
- une coentreprise ;
- un membre important de l'équipe dirigeante de la Société (ou un membre de sa famille) ou une personne avec un poste sensible.

Une transaction avec une partie liée implique un transfert de marchandises, de prestations de services ou d'obligations entre le Groupe et la partie liée.

Dans le cas du Groupe, les transactions avec les parties liées sont les suivantes :

- transactions avec une société qui exerce un contrôle sur le Groupe ou avec des actionnaires n'ayant pas de contrôle sur le Groupe ;
- transactions avec les principaux membres des organes de direction et de surveillance du Groupe (ou des membres proches de leurs familles).

8.3.1 Transactions avec des actionnaires (exerçant ou non un contrôle sur le Groupe)

Néant.

8.3.2 Transactions avec des membres des organes de direction et de surveillance du Groupe

a) Transactions avec des membres des organes de direction et de surveillance du Groupe ou leurs proches

Certains membres des organes de direction et de surveillance du Groupe ou leurs proches sont également membres d'autres sociétés sur lesquelles ils exercent un contrôle ou une influence significative. Certaines de ces sociétés ont enregistré des transactions avec le Groupe au 31 décembre 2025 et 2024 telles que présentées ci-dessous :

(En millions d'euros)	Prestations de mandataires sociaux	Contrat d'affiliation
Évelyne Chetrite SASU, dirigée par Évelyne Chetrite	2,2	
Judith Milgrom SASU, dirigée par Judith Milgrom	2,2	
LEV Société dirigée par Lévana Gampel, fille de Judith Milgrom		0,5
Total de la période	**4,4**	**0,5**
TOTAL DES TRANSACTIONS DE 2025	**4,9**	

Par ailleurs, le Groupe a négocié des indemnités de départ avec certains de ses dirigeants qui leur seront versées en cas de départ du Groupe. Le montant total des engagements au titre des prestations s'élevait à 4,0 millions d'euros au 31 décembre 2025.

(En millions d'euros)	Prestations de mandataires sociaux	Contrat d'affiliation
Évelyne Chetrite SASU, dirigée par Évelyne Chetrite	1,1	
Judith Milgrom SASU, dirigée par Judith Milgrom	1,1	
LEV Société dirigée par Lévana Gampel, fille de Judith Milgrom		1,1
Total de la période	**2,2**	**1,1**
TOTAL DES TRANSACTIONS DE 2024	**3,3**	

De même, le montant total des engagements au titre des prestations s'élevait à 4,2 millions d'euros au 31 décembre 2024.

b) Rémunération des membres des organes de direction et de surveillance du Groupe

Le tableau ci-dessous présente la décomposition de la rémunération totale comptabilisée relative aux membres du Comité exécutif et du Conseil d'administration au titre de leurs fonctions au sein du Groupe, ainsi que le montant des provisions pour retraite constituées au profit des dirigeants :

(En millions d'euros)	31/12/2024	31/12/2025
Salaire fixe brut	4,6	5,2
Salaire variable	1,0	1,0
Charges sociales	1,9	2,2
Rémunération des administrateurs	0,5	0,4
Actions gratuites	1,0	1,8
TOTAL	**9,0**	**10,6**
Indemnités départ à la retraite	**0,3**	**0,3**

Le Groupe a négocié des indemnités de départ avec certains de ses dirigeants qui leur seront versées en cas de départ du Groupe. Le montant total des engagements au titre des prestations s'élevait à 18,2 millions d'euros au 31 décembre 2025 (8,7 millions d'euros au 31 décembre 2024).

8.4 PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

Le périmètre de consolidation au 31 décembre 2025 est présenté dans le tableau ci-après :

	31/12/2024		31/12/2025	
Société	**% intérêt***	**Méthode de consolidation**	**% intérêt***	**Méthode de consolidation**
SMCP	**100,00 %**	**Société mère**	**100,00 %**	**Société mère**
SMCP GROUP	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP LOGISTIQUE	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SANDRO ANDY	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP BELGIQUE	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP DEUTSCHLAND	100,00 %	IG	100,00 %	IG
PAP SANDRO ESPAÑA	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP ITALIA	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP UK	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP IRELAND	100,00 %	IG	100,00 %	IG
MAJE	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP LUXEMBOURG	100,00 %	IG	100,00 %	IG
MAJE SPAIN	100,00 %	IG	100,00 %	IG
MAJE STORES	100,00 %	IG	100,00 %	IG
CLAUDIE PIERLOT	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP USA	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP USA Retail East	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP USA Retail West	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP CANADA	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP ASIA	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP SHANGHAI TRADING CO.	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP NETHERLANDS	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP SWITZERLAND	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP Hong Kong	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SANDRO FASHION SINGAPORE	100,00 %	IG	100,00 %	IG
AZ RETAIL	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP DENMARK	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP NORWAY	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP MACAU	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP SWEDEN	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP PORTUGAL	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP TAIWAN	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP JAPAN	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP MALAYSIA	100,00 %	IG	100,00 %	IG
FURSAC	99,97 %	IG	100,00 %	IG
SMCP AUSTRALIA	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP NEW ZEALAND	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP APAC PTE	100,00 %	IG	100,00 %	IG
SMCP FASHION	100,00 %	IG	100,00 %	IG

* Le % d'intérêt est identique au % de contrôle.
Abréviation utilisée : « IG » = intégration globale. « NC » = non consolidé.

8.5 ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

Néant

6.1.3 Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés

Exercice clos le 31 décembre 2025

À l'assemblée générale de la société SMCP,

Opinion

En exécution de la mission qui nous a été confiée par l'assemblée générale, nous avons effectué l'audit des comptes consolidés de la société SMCP relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2025, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Nous certifions que les comptes consolidés sont, au regard du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine, à la fin de l'exercice, de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

L'opinion formulée ci-dessus est cohérente avec le contenu de notre rapport au comité d'audit.

Fondement de l'opinion

Référentiel d'audit

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans la partie « Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes consolidés » du présent rapport.

Indépendance

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance prévues par le code de commerce et par le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes sur la période du 1er janvier 2025 à la date d'émission de notre rapport, et notamment nous n'avons pas fourni de services interdits par l'article 5, paragraphe 1, du règlement (UE) n° 537/2014.

Par ailleurs, les services autres que la certification des comptes que nous avons fournis au cours de l'exercice à votre société et aux entités qu'elle contrôle et qui ne sont pas mentionnés dans le rapport de gestion ou l'annexe des comptes consolidés sont les suivants :

- L'émission d'attestations sur les données issues des comptes (sur le chiffre d'affaires annuel hors taxe par point de vente, sur des ratios financiers – covenants).

Justification des appréciations – Points clés de l'audit

En application des dispositions des articles L.821-53 et R.821-180 du code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les points clés de l'audit relatifs aux risques d'anomalies significatives qui, selon notre jugement professionnel, ont été les plus importants pour l'audit des comptes consolidés de l'exercice, ainsi que les réponses que nous avons apportées face à ces risques.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le contexte de l'audit des comptes consolidés pris dans leur ensemble, et de la formation de notre opinion exprimée ci-avant. Nous n'exprimons pas d'opinion sur des éléments de ces comptes consolidés pris isolément.

Tests de perte de valeur des actifs immobilisés incorporels à durée de vie indéterminée

Risque identifié

Au 31 décembre 2025, comme indiqué dans la note 6.4.2 « Test des regroupements d'UGT », la valeur des actifs immobilisés incorporels à durée de vie indéterminée du Groupe (nette des impôts différés passif) s'élève à 1.075,3 millions d'euros au regard d'un total bilan de 2.149,7 millions d'euros. Ces actifs immobilisés incorporels à durée de vie indéterminée sont composés des marques Sandro, Maje, Claudie Pierlot et de Fursac, et des goodwill reconnus lors des acquisitions.

Les goodwill et les immobilisations incorporelles à durée de vie indéterminée telles que les marques font l'objet d'un test de perte de valeur une fois par an, ou plus fréquemment si des indices de diminution de valeur sont identifiés. Les goodwill et les actifs incorporels à durée de vie indéterminée sont affectés à quatre regroupements d'unités génératrices de trésorerie (ci-après « regroupement d'UGTs »), qui correspondent aux trois secteurs opérationnels du Groupe (Sandro, Maje et Autres marques, regroupant Claudie Pierlot et Fursac) et sont soumis à un test de perte de valeur par regroupement d'UGTs. La valeur recouvrable des regroupements d'UGTs est définie comme la plus élevée entre la juste valeur diminuée des frais de cession et la valeur d'utilité. Elle est comparée à leur valeur nette comptable.

Si le test de perte de valeur révèle une perte de valeur pour un regroupement d'UGTs, sa valeur comptable est ramenée à sa valeur recouvrable par la comptabilisation d'une dépréciation au compte de résultat. La valeur d'utilité du regroupement d'UGTs s'appuie sur la valeur des flux de trésorerie futurs estimés résultant de l'utilisation du regroupement d'UGTs. Ces flux sont déterminés sur la base d'un taux d'actualisation net d'impôt intégrant les risques liés à la performance de l'actif testé.

Nous avons considéré que les tests de perte de valeur sur les actifs immobilisés incorporels à durée de vie indéterminée sont un point clé de l'audit compte tenu de leur importance significative dans les comptes du Groupe.

La détermination de leur valeur recouvrable, le plus souvent fondée sur des prévisions de flux de trésorerie futurs actualisés, nécessite l'utilisation d'hypothèses impliquant un fort degré de jugement de la part de la Direction comme indiqué dans la note 6.4 « Tests de perte de valeur » de l'annexe aux comptes consolidés.

Notre réponse

Dans le cadre de nos diligences, nous avons apprécié la conformité de la méthodologie appliquée par le Groupe pour la mise en oeuvre des tests de perte de valeur, avec les normes comptables en vigueur. Nous avons également effectué un examen critique des modalités de mise en oeuvre de cette méthodologie.

Nos travaux ont notamment consisté à :

- apprécier les hypothèses ainsi que l'horizon de temps retenus par la Direction pour estimer les flux de trésorerie futurs au regard de notre connaissance de l'environnement économique dans lequel opère le Groupe ;
- apprécier la cohérence des projections de flux de trésorerie retenues avec le budget 2026 et les business plans validés par la Direction ;
- apprécier la pertinence de l'approche retenue par la Direction pour déterminer les regroupements d'UGTs au niveau desquels les goodwill et autres actifs incorporels à durée de vie indéterminée sont testés par le Groupe ;
- apprécier le caractère raisonnable des taux d'actualisation appliqués aux flux de trésorerie estimés en appréciant notamment si les différents paramètres composant le coût moyen pondéré du capital de chaque regroupement d'UGTs permettent d'approcher le taux de rémunération attendu par des participants au marché pour des activités similaires ;
- apprécier la cohérence du taux de croissance retenu pour les flux projetés avec les taux retenus par nos experts ;
- comparer les estimations comptables des projections de flux de trésorerie des périodes précédentes avec les réalisations effectives correspondantes pour en évaluer la fiabilité ;
- apprécier les éléments composant la valeur nette comptable des regroupement d'UGTs retenue pour la réalisation des tests de dépréciation ;
- réaliser des analyses de sensibilité de la valeur d'utilité à une variation des principales hypothèses réalisées par la Direction et présentées dans la note 6.4.2 de l'annexe aux comptes consolidés ;

Enfin, nous avons apprécié si les notes de l'annexe aux comptes consolidés fournissent une information appropriée.

Vérifications spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et réglementaires des informations relatives au groupe, données dans le rapport de gestion du conseil d'administration.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Autres vérifications ou informations prévues par les textes légaux et réglementaires

Format de présentation des comptes consolidés destinés à être inclus dans le rapport financier annuel

Nous avons également procédé, conformément à la norme d'exercice professionnel sur les diligences du commissaire aux comptes relatives aux comptes annuels et consolidés présentés selon le format d'information électronique unique européen, à la vérification du respect de ce format défini par le règlement européen délégué n° 2019/815 du 17 décembre 2018 dans la présentation des comptes consolidés destinés à être inclus dans le rapport financier annuel mentionné au I de l'article L.451-1-2 du code monétaire et financier, établis sous la responsabilité du directeur général. S'agissant de comptes consolidés, nos diligences comprennent la vérification de la conformité du balisage de ces comptes au format défini par le règlement précité.

Sur la base de nos travaux, nous concluons que la présentation des comptes consolidés destinés à être inclus dans le rapport financier annuel respecte, dans tous ses aspects significatifs, le format d'information électronique unique européen.

Il ne nous appartient pas de vérifier que les comptes consolidés qui seront effectivement inclus par votre société dans le rapport financier annuel déposé auprès de l'AMF correspondent à ceux sur lesquels nous avons réalisé nos travaux.

Désignation des commissaires aux comptes

Nous avons été nommés commissaires aux comptes de la société SMCP par votre assemblée générale du 25 septembre 2017 pour le cabinet Deloitte & Associés et du 9 juin 2022 pour le cabinet Grant Thornton.

Au 31 décembre 2025, le cabinet Deloitte & Associés était dans la neuvième année de sa mission sans interruption et le cabinet Grant Thornton dans la quatrième année de sa mission.

Responsabilités de la direction et des personnes constituant le gouvernement d'entreprise relatives aux comptes consolidés

Il appartient à la direction d'établir des comptes consolidés présentant une image fidèle conformément au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement de comptes consolidés ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes consolidés, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider la société ou de cesser son activité.

Il incombe au comité d'audit de suivre le processus d'élaboration de l'information financière et de suivre l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, ainsi que le cas échéant de l'audit interne, en ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le conseil d'administration.

Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes consolidés

Objectif et démarche d'audit

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes consolidés. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L.821-55 du code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre société.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre :

- il identifie et évalue les risques que les comptes consolidés comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour fonder son opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;
- il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;
- il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes consolidés ;
- il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes consolidés au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;
- il apprécie la présentation d'ensemble des comptes consolidés et évalue si les comptes consolidés reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle ;
- concernant l'information financière des personnes ou entités comprises dans le périmètre de consolidation, il collecte des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour exprimer une opinion sur les comptes consolidés. Il est responsable de la direction, de la supervision et de la réalisation de l'audit des comptes consolidés ainsi que de l'opinion exprimée sur ces comptes.

Rapport au comité d'audit

Nous remettons au comité d'audit un rapport qui présente notamment l'étendue des travaux d'audit et le programme de travail mis en œuvre, ainsi que les conclusions découlant de nos travaux. Nous portons également à sa connaissance, le cas échéant, les faiblesses significatives du contrôle interne que nous avons identifiées pour ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Parmi les éléments communiqués dans le rapport au comité d'audit, figurent les risques d'anomalies significatives que nous jugeons avoir été les plus importants pour l'audit des comptes consolidés de l'exercice et qui constituent de ce fait les points clés de l'audit, qu'il nous appartient de décrire dans le présent rapport.

Nous fournissons également au comité d'audit la déclaration prévue par l'article 6 du règlement (UE) n° 537-2014 confirmant notre indépendance, au sens des règles applicables en France telles qu'elles sont fixées notamment par les articles L.821-27 à L.821-34 du code de commerce et dans le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. Le cas échéant, nous nous entretenons avec le comité d'audit des risques pesant sur notre indépendance et des mesures de sauvegarde appliquées.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 30 mars 2026

Les commissaires aux comptes

Grant Thornton	**Deloitte & Associés**
Membre français de Grant Thornton International	
Lionel CUDEY	Bénédicte SABADIE
Associé	Associée

6.2 Comptes sociaux

6.2.1 Comptes sociaux de SMCP SA

BILAN ACTIF

(En millions d'euros) Rubriques	Montant brut	Amortissements & provisions	31/12/2025	31/12/2024
Immobilisations incorporelles	**0,1**	**0,1**	**-**	**-**
Concessions, brevets et droits similaires	0,1	0,1	-	-
Immobilisations corporelles	**0,3**	**0,3**	**-**	**0,1**
Autres immobilisations corporelles	0,3	0,3	-	0,1
Immobilisations financières	**1 076,6**	**1,9**	**1 074,7**	**1 074,7**
Participations	1 073,7		1 073,7	1 073,7
Autres immobilisations financières	2,9	1,9	1,0	1,0
Actif immobilisé	**1 077,0**	**2,3**	**1 074,7**	**1 074,8**
Créances	**131,0**	**-**	**131,0**	**116,7**
Créances clients et comptes rattachés	6,1	-	6,1	1,7
Autres créances	124,9	-	124,9	115,0
Divers	**1,8**	**-**	**1,8**	**0,7**
Valeurs mobilières de placement (intégralement en actions propres)	1,7	-	1,7	0,7
Disponibilités	0,1	-	0,1	-
Comptes de régularisation	**-**	**-**	**-**	**0,1**
Charges constatées d'avance	-	-	-	0,1
Actif circulant	**132,8**	**-**	**132,8**	**117,5**
Écarts de conversion - actif				
TOTAL GÉNÉRAL	**1 209,8**	**2,3**	**1 207,5**	**1 192,3**

BILAN PASSIF

Rubriques	31/12/2025	31/12/2024
Capital social ou individuel (dont versé : 86 159 587,80 €)	86,2	83,9
Primes d'émission, de fusion, d'apport	947,3	949,5
Réserve légale	7,3	6,7
Report à nouveau	139,1	127,3
Résultat de l'exercice (bénéfice ou perte)	**7,4**	**12,5**
Capitaux propres	**1 187,3**	**1 179,9**
Provisions pour risques	-	-
Provisions pour charges	-	-
Provisions	**-**	**-**
Dettes	**20,2**	**12,4**
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	1,2	1,5
Dettes fiscales et sociales	6,4	7,4
Autres dettes	12,6	3,5
Comptes de régularisation	**-**	**-**
Produits constatés d'avance	-	-
Dettes	**20,2**	**12,4**
Écarts de conversion - passif	-	-
TOTAL GÉNÉRAL	**1 207,5**	**1 192,3**

COMPTE DE RÉSULTAT

Rubriques	France	Exportation	31/12/2025	31/12/2024
Production vendue de services	7,1	0,2	7,3	7,4
Chiffre d'affaires net	**7,1**	**0,2**	**7,3**	**7,4**
Reprises sur dépréciations, provisions (et amortissements), transferts de charges			-	0,1
Produits d'exploitation			**7,3**	**7,5**
Autres achats et charges externes			1,7	1,3
Impôts, taxes et versements assimilés			0,3	0,3
Salaires et traitements			5,9	4,3
Charges sociales			7,3	2,6
Dotations aux amortissements sur immobilisations			0,1	0,1
Autres charges			0,5	0,6
Charges d'exploitation			**15,9**	**9,2**
Résultat d'exploitation			**(8,5)**	**(1,7)**
Produit des autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé			3,5	4,7
Reprise sur provisions et transferts de charges			-	0,1
Produits financiers			**3,5**	**4,8**
Dotations financières aux amortissements, dépréciations et provisions			-	0,2
Intérêts et charges assimilées			0,4	0,4
Charges financières			**0,4**	**0,6**
Résultat financier			**3,1**	**4,2**
Résultat courant avant impôts			**(5,4)**	**2,5**
Résultat exceptionnel			**-**	**(0,1)**
Participation des salariés aux résultats de l'entreprise			0,1	0,1
Impôts sur les bénéfices			(13,0)	(10,2)
RÉSULTAT NET			**7,4**	**12,5**

6.2.2 Notes annexes

Événements significatifs de l'exercice

Conversion d'actions de préférence

Le 1er janvier 2025, l'intégralité des 697 343 ADP G ont été converties en actions ordinaires. En conséquence, il a été procédé à l'émission de 2 735 711 actions ordinaires nouvellement créées et les statuts de la Société ont été modifiés en conséquence. Le capital social se compose désormais de 78 326 898 actions ordinaires et s'élève à 86 159 587,80 euros.

Actionnariat

Le 11 août 2025, un communiqué de presse a été diffusé annonçant que la participation de 15,5% du capital de SMCP qui avait été cédée en 2021 à Dynamic Treasure Group a été restituée à European Topsoho S.à r.l. (ETS). Pour mémoire, ETS a été placée en procédure de faillite en février 2023 et est actuellement administrée par un curateur sous la supervision de la justice luxembourgeoise.

Le 27 novembre 2025, un communiqué de presse a été diffusé annonçant le lancement d'un processus de cession de participations pouvant aller jusqu'à 51,2% de son capital (cf. chapitre 7, partie 7.1.2 "Évolution de l'actionnariat").

Il était alors précisé :

- que le processus durerait plusieurs mois ;
- qu'au cas où la participation acquise représenterait plus de 30% du capital de la société, l'acquéreur de ce bloc (agissant seul ou de concert) pourrait être tenu de déposer un projet d'offre publique sur la totalité des actions SMCP ;
- qu'il n'existait néanmoins aucune certitude que ce processus aboutisse favorablement et que la décision finale de cession appartiendrait aux détenteurs des participations susvisées.

Règles et méthodes comptables

Au 31 décembre 2025, et avant répartition du résultat de l'exercice, le total bilan s'élève à 1209,8 millions euros en valeur brute et à 1 207,5 millions d'euros en valeur nette. Le compte de résultat de l'exercice, présenté sous forme de liste, dégage un résultat de 7,4 millions d'euros.

L'exercice social a une durée de 12 mois, couvrant la période du 1er janvier au 31 décembre 2025. Les notes ou tableaux ci-après font partie intégrante des comptes annuels.

Les conventions générales comptables ont été appliquées, dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base :

- continuité de l'exploitation ;
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre ;
- indépendance des exercices ; et
- conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

Les comptes annuels de la Société sont établis en conformité avec le règlement ANC n°2022-06 du 5 novembre 2022 modifiant le règlement ANC n° 2014-03 du 5 juin 2014 relatif au plan comptable général et Règlement ANC n°2023-03 du 7 juillet 2023. Ces nouvelles dispositions sont applicables pour la première fois aux comptes sociaux de l'exercice couvrant la période du 1er janvier au 31 décembre 2025.

Ce changement de réglementation se traduit par des reclassements au sein des produits d'exploitation (reprise sur subventions d'exploitation, transfert de charges, etc.) et des charges d'exploitation (indemnités salariales, etc.)., Les incidences financières et de présentation sont exposées au point "Produits et charges exceptionnels".

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

Immobilisations incorporelles

Les frais d'établissement sont principalement constitués d'honoraires. Ils sont intégralement amortis au 31 décembre 2025.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations sont évaluées à leur coût d'acquisition (prix d'achat et frais accessoires).

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire en fonction de la durée de vie prévue.

Dans le cadre des nouvelles règles sur les immobilisations (CRC 2002-10 et CRC 2004-06), la Société n'a pas identifié de composants significatifs. Concernant les durées d'amortissement, les durées appliquées reflètent la durée d'utilisation du bien et n'ont pas été modifiées au cours de l'exercice.

Immobilisations financières

La valeur brute des titres immobilisés est constituée par le coût d'achat hors frais accessoires.

Lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une dépréciation est constituée du montant de la différence.

SMCP SA a conclu un contrat de liquidité doté d'un montant de 2,9 millions d'euros. Une dépréciation d'un montant de 1,9 million d'euros a été comptabilisée

Participation, autres titres immobilisés, valeurs mobilières de placement

La valeur brute des titres de participation est constituée du coût d'achat, frais d'acquisition compris. Lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une dépréciation est constituée du montant de la différence. Cette valeur d'inventaire est déterminée par l'approche des flux de trésorerie actualisés (DCF), fondée sur l'hypothèse de la continuité d'exploitation minorée de la dette nette. Ces DCF prennent en compte le budget 2025 et les business plans établis sur cinq ans pour les marques Sandro et Maje, et sur huit ans pour les marques Claudie Pierlot et Fursac, validés par le Comité exécutif et approuvés par le Conseil d'administration. SMCP SA a retenu selon les marques un taux d'actualisation entre 10,4 % et 11,0 % et un taux de croissance à long terme entre 1,9 % et 2,0 %.

Capital social

La valeur totale des actions émises par la société mère est entièrement comptabilisée dans les capitaux propres, qui sont des titres représentatifs de son capital social.

Au 31 décembre 2025, le capital social de la Société, entièrement souscrit et libéré, s'élève à 86 159 587,80 euros et se décompose de 78 326 898 actions ordinaires d'un euro et dix centimes (1,10 euro) de valeur nominale, et entièrement libérées ;

Rémunérations allouées aux membres des organes de direction

Les rémunérations des mandataires sociaux sont indiquées dans la section 4.2 du document d'enregistrement universel.

Créances

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une dépréciation est pratiquée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable.

Disponibilités

Un *cash-pooling* est en place auprès des sociétés du Groupe.

SMCP SA détient, au 31 décembre 2025, 499 953 actions SMCP.

Effectif moyen

Cadres : 27

Employé : 1

Les provisions pour risques et charges

Ces provisions enregistrées sont destinées à couvrir les risques et charges que des événements en cours ou survenus rendent probables, nettement précisés quant à leur objet, mais dont la réalisation et l'échéance ou le montant sont incertains.

TABLEAU DE VARIATION DES PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

			Reprises de l'exercice		
(En millions d'euros)	**31/12/2024**	**Dotations**	**Utilisées**	**Non utilisées**	**31/12/2025**
Provision pour risques	-	-	-	-	-
Provision pour charges	-	-	-	-	-
TOTAL	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

Charges à payer

Les charges à payer d'un montant de 6,4 millions d'euros sont constituées principalement de dettes fournisseurs pour 1,0 million d'euros et de dettes sociales et fiscales pour 5,4 millions d'euros.

Opérations en devises

Les dettes, créances et disponibilités qui s'y rattachent, figurent au bilan pour leur contre-valeur au taux de clôture de l'exercice. La différence résultant de l'actualisation des dettes et créances en devises au cours de clôture est passée en écart de conversion, les pertes de change latentes non compensées font l'objet d'une provision pour risque.

Produits et charges exceptionnels

Cette catégorie n'est plus présente au sein du Règlement ANC n°2022-06. Si ce dernier avait été appliqué en 2024, les éléments du résultat exceptionnel auraient été reclassés en "Reprises sur dépréciations, provisions (et amortissements), transferts de charges" pour 0,1 million d'euros et "Autres achats et charges externes" pour -0,2 million d'euros. Le résultat d'exploitation serait ressorti à -1,8 million d'euros au lieu de -1,7 million d'euros.

Autres informations

HONORAIRES

La décomposition des honoraires du collège des commissaires aux comptes est fournie dans l'annexe des comptes consolidés.

CHARGES SOCIALES

Ce poste comprend les charges de sécurité sociale et de retraites pour 1,6 million d'euros et les charges liées aux plans d'attribution d'actions gratuites accordés aux fondateurs et à certains managers pour un montant de 1 million d'euros.

CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires de l'année 2025 est composé de refacturations de prestations de services inter-compagnies ainsi que des livraisons d'actions gratuites aux managers des filiales de SMCP SA.

Le chiffre d'affaires est présenté hors taxe, net des rabais, remises, ristournes accordées.

Engagements de retraites hors bilan

Les engagements en matière de départ à la retraite ont été estimés au 31 décembre 2025 après prise en compte d'un coefficient d'actualisation de 4,0 % et d'un taux de progression des salaires entre 2,75 % et 3,75 %.

Ce montant est déterminé en fonction des conditions conventionnelles de départ, l'ancienneté des salariés étant calculée à la date de leur départ éventuel à la retraite à l'âge de 65 ans. Il tient compte de la probabilité que le salarié quitte la Société avant d'atteindre l'âge de la retraite.

L'estimation de l'engagement pour indemnités de fin de carrière comprend les indemnités conventionnelles de fin de carrière spécifiques aux régimes français par application d'une méthode actuarielle rétrospective prenant en compte le risque de mortalité, l'évolution prévisionnelle des salaires, la rotation des effectifs et un taux d'actualisation.

L'engagement pour indemnités de fin de carrière s'élève à 76 milliers d'euros non comptabilisés dans les comptes sociaux.

Intégration fiscale

SMCP SA a opté pour le régime d'intégration fiscale de droit commun.

Selon la convention d'intégration fiscale en vigueur au sein du Groupe, chaque société filiale supporte une charge d'impôt sur les sociétés équivalente à celle qu'elle aurait supportée en l'absence d'intégration fiscale. Pour 2025, la Société présente un produit d'impôt de 13,0 millions d'euros.

Pour l'exercice 2025, le groupe d'intégration fiscale comprend les sociétés :

- Sandro Andy SAS ;
- Maje SAS ;
- Claudie Pierlot SAS ;
- SMCP Logistique SAS ;
- SMCP Group SAS ;
- Fursac SA.

PLANS D'ATTRIBUTION D'ACTIONS GRATUITES

	Plan n° 5	Plan n° 6	Plan n° 7		Plan n° 8	Plan n° 9
Plans d'attribution d'actions gratuites	**Janvier 2022**	**Janvier 2023**	**Janvier 2024**	**Juillet 2024**	**Janvier 2025**	**Janvier 2026**
Date d'attribution initiale	01/01/2022	01/01/2023	01/01/2024	01/07/2024	01/01/2025	01/01/2026
Période d'acquisition des droits	2 et 3 ans par moitié	3 ans en une fois	3 ans en une fois	3 ans en une fois	3 ans en une fois	3 ans en une fois
Date de disponibilité	31/03/2025	31/03/2026	31/03/2027	01/07/2027	31/03/2028	31/03/2029
Date d'acquisition définitive	31/03/2024 31/03/2025	31/03/2026	31/03/2027	01/07/2027	31/03/2028	31/03/2029
Nombre de bénéficiaires	10	9	10	1	11	11
Nombre attribué à l'origine	454 700	501 000	650 100	2500	663 600	553 700
Nombre en circulation au 31/12/2024	87 915	262 117	493 810	1 917		
Nombre annulé sur l'exercice	(22 596)	(39 554)	53 675	208		
Nombre exercé sur l'exercice [1]	(65 319)					
Nombre d'actions remises [2]					663 600	
Nombre renoncé sur l'exercice						
Nombre en circulation au 31/12/2025		222 563	547 485	2 125	663 600	
Nombre exerçable sur l'exercice						
Conditions de performance	oui	oui	oui	oui	oui	oui
Charge au titre de l'exercice *(en M€)*	-	0,6	0,5	0,0	0,8	-

(1) Le nombre exercé sur l'exercice correspond au nombre d'actions livrées aux Directeurs, aux managers et à certains collaborateurs du Groupe.
(2) Le nombre d'actions remises correspond au nombre d'actions attribuées.

Pour le plan n° 5, les conditions de performance reposent sur une condition externe (comparaison de l'évolution du cours de Bourse de SMCP avec celle de l'indice CAC *Mid and Small* entre la date d'attribution initiale et la date anniversaire d'attribution 2 et 3 ans après) à hauteur de 20 % et d'une condition interne (atteinte d'une moyenne de 2 et 3 ans d'EBIT) à hauteur de 70 % et d'une condition de RSE à hauteur de 10 % (atteinte d'une moyenne de 2 et 3 ans d'objectifs RSE).

Pour le plan n° 6, 7, 8 et 9 les conditions de performance reposent sur une condition externe (comparaison de l'évolution du cours de Bourse de SMCP avec celle de l'indice CAC *Mid and Small* entre la date d'attribution initiale et la date anniversaire d'attribution 3 ans après) à hauteur de 30 %, et de deux conditions internes (atteinte d'une moyenne de 3 ans d'EBIT à hauteur de 30 % et d'une moyenne de 3 ans de chiffre d'affaires à hauteur de 20 %) et des conditions de RSE à hauteur de 20 % (atteinte d'une moyenne de 3 ans d'objectifs RSE).

Les plans n° 5, 6, 7, 8 et 9 ont en outre une condition de présence à la date anniversaire d'attribution, de 2 et 3 ans pour le plan 5 et de 3 ans pour les plans 6, 7, 8 et 9.

En 2024, SMCP SA détenait 212 099 actions lui permettant de la livraison de 111 826 actions en avril 2025 et 320 actions en juillet 2025. En 2025, SMCP SA a acquis sur le marché 400 000 actions SMCP.

SMCP détient 499 953 actions au 31 décembre 2025.

Événements significatifs postérieurs à la clôture

Néant

Immobilisations

Valeur brute *(en millions d'euros)*	**Début d'exercice**	**Réévaluation**	**Acquisit., apports**	**Capitalisation**	**Cession**	**Fin d'exercice**
Immobilisations incorporelles	**0,2**					**0,2**
Installations générales, agenc., aménag.	0,3					0,3
Immobilisations corporelles	**0,3**					**0,3**
Autres participations	1 073,7					1 073,7
Actions propres SMCP	2,8					2,8
Immobilisations financières	**1 076,5**					**1 076,5**
TOTAL IMMOBILISATIONS	**1 077,1**					**1 077,1**

Une dépréciation de 1,9 million d'euros a été comptabilisée au titre des actions propres SMCP.

Provisions et dépréciations

(en millions d'euros)	**Début d'exercice**	**Dotations**	**Reprises**	**Fin d'exercice**
Provisions pour litiges	-			-
Autres provisions pour risques et charges	-			-
Provisions pour risques et charges	**-**			**-**
Dépréciations autres immobilis. financières	1,9			1,9
Dépréciations	**1,9**			**1,9**
TOTAL GÉNÉRAL	**1,9**			**1,9**
Dotations et reprises d'exploitation				
Dotations et reprises financières				
Dotations et reprises exceptionnelles				

Créances et dettes

État des créances *(en millions d'euros)*	**Montant brut**	**1 an au plus**	**Plus d'un an**
Autres immobilisations financières	2,8		2,8
Autres créances clients	6,0	6,0	
État, autres collectivités : impôt sur les bénéfices	4,0	4,0	
État, autres collectivités : taxe sur la valeur ajoutée	1,3	1,3	
Groupe et associés	119,5	119,5	
TOTAL GÉNÉRAL	**133,8**	**131,0**	**2,8**
Montant des prêts accordés en cours d'exercice			

État des dettes *(en millions d'euros)*	**Montant brut**	**1 an au plus**	**Entre 1 et 5 ans**	**Plus de 5 ans**
Fournisseurs et comptes rattachés	1,2	1,2		
Personnel et comptes rattachés	4,1	4,1		
Sécurité sociale et autres organismes sociaux	1,3	1,3		
État : impôt sur les bénéfices	-			
État : taxe sur la valeur ajoutée	0,9	0,9		
État : autres impôts, taxes et assimilés	0,1	0,1		
Autres dettes	12,6	12,6		
TOTAL GÉNÉRAL	**20,2**	**20,2**		

Capital social – Variation des capitaux propres

(en millions d'euros)	Clôture au 31/12/2024	Augmentation capital	Distribution de dividendes	Affectation de résultat	Résultat de l'exercice	Clôture au 31/12/2025
Capital social	83,9	2,3				86,2
Prime d'émission	133,1	(2,3)				130,8
Prime de fusion	816,4					816,4
Réserve légale	6,7			0,6		7,3
Report à nouveau	127,3			11,9		139,1
Résultat de l'exercice	12,5			(12,5)	7,4	7,4
TOTAL	**1 179,9**	**-**	**-**	**-**	**7,4**	**1 187,2**

Actionnaires	Nombre d'actions ordinaires	Nombre d'actions de préférence de catégorie G	Nombre total d'actions	Nombre total de droits de vote
European TopSoho S.à r.l.	18 182 787		18 182 787	24 258 635
Glas SAS (*London Branch*)	21 952 315		21 952 315	21 952 315
Fondateurs & managers	5 921 974		5 921 974	9 995 179
Public	31 769 869		31 769 869	34 895 118
Auto-contrôle	499 953		499 953	
TOTAL	**78 326 898**		**78 326 898**	**91 091 247**

Engagements financiers donnés et reçus

SMCP SA a donné sa garantie liée au programme d'émission de Titres Négociables à Court Terme (Neu CP) pour un montant de 210 millions d'euros. Les NEU CP sont placés à hauteur de 30 millions d'euros au 31 décembre 2025, contre 25 millions

Répartition de l'impôt sur les bénéfices

Répartition *(en millions d'euros)*	Résultat avant impôt	Impôt dû	Résultat net après impôt
Résultat courant	(5,4)	1,4	(4,0)
Résultat exceptionnel à court terme			
Participation des salariés	(0,2)	0,0	(0,2)
Impôt sociétés (quote-part de déficits antérieurs individuels non utilisés – intégration fiscale)		11,6	11,6
RÉSULTAT COMPTABLE	**(5,6)**	**13,0**	**7,4**

Filiales et participations

(En millions d'euros)	Capital social	Capitaux Propres	Q.P. détenue	Val. brute titres	Val. nette titres	Prêts, avances, caution	Chiffre d'affaires	Résultat net
Filiales (plus de 50 %)								
SMCP Group SAS	107,4	872,1	100 %	1 073,7	1 073,7	Néant	62,2	6,9
Participations (10 à 50 %)			Néant					
Autres participations			Néant					

6.2.3 Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels

Exercice clos le 31 décembre 2025

À l'assemblée générale de la société SMCP

Opinion

En exécution de la mission qui nous a été confiée par l'assemblée générale, nous avons effectué l'audit des comptes annuels de la société SMCP relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2025, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

L'opinion formulée ci-dessus est cohérente avec le contenu de notre rapport au comité d'audit.

Fondement de l'opinion

Référentiel d'audit

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans la partie « Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels » du présent rapport.

Indépendance

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance, prévues par le code de commerce et par le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes sur la période du 1er janvier 2025 à la date d'émission de notre rapport, et notamment nous n'avons pas fourni de services interdits par l'article 5, paragraphe 1, du règlement (UE) n° 537/2014.

Par ailleurs, les services autres que la certification des comptes que nous avons fournis au cours de l'exercice à votre société et aux entités qu'elle contrôle et qui ne sont pas mentionnés dans le rapport de gestion ou l'annexe des comptes consolidés sont les suivants :

- L'émission d'attestations sur les données issues des comptes (sur le chiffre d'affaires annuel hors taxe par point de vente, sur des ratios financiers – covenants).

Observation

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la note "Règles et méthodes comptables" de l'annexe aux comptes annuels qui expose le changement de réglementation comptable lié à la première application du règlement comptable ANC n° 2022-06 relatif à la modernisation des états financiers.

Justification des appréciations – Points clés de l'audit

En application des dispositions des articles L.821-53 et R.821-180 du code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous devons porter à votre connaissance les points clés de l'audit relatifs aux risques d'anomalies significatives qui, selon notre jugement professionnel, ont été les plus importants pour l'audit des comptes annuels de l'exercice, ainsi que les réponses que nous avons apportées face à ces risques.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le contexte de l'audit des comptes annuels pris dans leur ensemble et de la formation de notre opinion exprimée ci-avant. Nous n'exprimons pas d'opinion sur des éléments de ces comptes annuels pris isolément.

Évaluation de la valeur d'utilité des titres de participation de la filiale SMCP Group SAS

Risque identifié

Au 31 décembre 2025, la valeur nette comptable des titres de participation de la filiale SMCP Group SAS s'élève à 1 073,7 millions d'euros et représente plus de 90 % du total du bilan. Les titres de participation sont comptabilisés à leur date d'entrée au coût d'acquisition et sont évalués à la valeur d'inventaire.

Comme indiqué dans la note « Règles et méthodes comptables – Participation, autres titres immobilisés, valeurs mobilières de placement » de l'annexe, si la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une dépréciation est constituée pour un montant égal à la différence constatée.

La valeur d'inventaire des titres de participation est déterminée par l'approche des flux de trésorerie actualisés (DCF) à partir du budget 2026 et du business plan, validés par le comité exécutif et approuvés par le conseil d'administration.

Du fait de l'importance de la valeur nette comptable de ces titres et des incertitudes liées notamment à la probabilité de réalisation des prévisions de flux de trésorerie futurs entrant dans l'évaluation de la valeur d'utilité, nous avons considéré l'évaluation de la valeur d'utilité des titres de participation de SMCP Group SAS comme un point clé de l'audit.

Notre réponse

Afin d'apprécier l'estimation de la valeur d'utilité des titres de participation de SMCP Group SAS déterminée par la Direction, nos travaux ont notamment consisté à :

- apprécier la pertinence de la méthodologie utilisée pour déterminer la valeur d'utilité ;
- apprécier la cohérence des projections de flux de trésorerie retenues avec le budget 2026 et les business plans validés par la Direction ;
- vérifier la cohérence des hypothèses retenues avec l'environnement économique et notre compréhension des perspectives et les orientations stratégiques du Groupe ;
- apprécier le caractère raisonnable des paramètres financiers utilisés (notamment taux d'actualisation et taux de croissance à long terme) avec l'aide de nos spécialistes en évaluation financière et en s'appuyant notamment sur des évaluations d'experts ;
- comparer les prévisions retenues pour les périodes précédentes avec les réalisations correspondantes afin d'apprécier la réalisation des objectifs passés.

Enfin, nous avons vérifié que la note « Règles et méthodes comptables – Participation, autres titres immobilisés, valeurs mobilières de placement » de l'annexe aux comptes annuels fournit une information appropriée.

Vérifications spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et règlementaires.

Informations données dans le rapport de gestion et dans les autres documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés aux actionnaires

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du conseil d'administration et dans les autres documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés aux actionnaires.

Nous attestons de la sincérité et de la concordance avec les comptes annuels des informations relatives aux délais de paiement mentionnées à l'article D.441-6 du code de commerce.

Rapport sur le gouvernement d'entreprise

Nous attestons de l'existence, dans le rapport du conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise, des informations requises par les articles L.225-37-4, L.22-10-10 et L.22-10-9 du code de commerce.

Concernant les informations fournies en application des dispositions de l'article L.22-10-9 du code de commerce sur les rémunérations et avantages versés ou attribués aux mandataires sociaux ainsi que sur les engagements consentis en leur faveur, nous avons vérifié leur concordance avec les comptes ou avec les données ayant servi à l'établissement de ces comptes et, le cas échéant, avec les éléments recueillis par votre société auprès des entreprises contrôlées par elle qui sont comprises dans le périmètre de consolidation. Sur la base de ces travaux, nous attestons l'exactitude et la sincérité de ces informations.

Concernant les informations relatives aux éléments que votre société a considéré susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique d'achat ou d'échange, fournies en application des dispositions de l'article L.22-10-11 du code de commerce, nous avons vérifié leur conformité avec les documents dont elles sont issues et qui nous ont été communiqués. Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur ces informations.

Autres informations

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives à l'identité des détenteurs du capital ou des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Autres vérifications ou informations prévues par les textes légaux et réglementaires

Format de présentation des comptes annuels destinés à être inclus dans le rapport financier annuel

Nous avons également procédé, conformément à la norme d'exercice professionnel sur les diligences du commissaire aux comptes relatives aux comptes annuels et consolidés présentés selon le format d'information électronique unique européen, à la vérification du respect de ce format défini par le règlement européen délégué n° 2019/815 du 17 décembre 2018 dans la présentation des comptes annuels destinés à être inclus dans le rapport financier annuel mentionné au I de l'article L.451-1-2 du code monétaire et financier, établis sous la responsabilité du directeur général.

Sur la base de nos travaux, nous concluons que la présentation des comptes annuels destinés à être inclus dans le rapport financier annuel respecte, dans tous ses aspects significatifs, le format d'information électronique unique européen.

Il ne nous appartient pas de vérifier que les comptes annuels qui seront effectivement inclus par votre société dans le rapport financier annuel déposé auprès de l'AMF correspondent à ceux sur lesquels nous avons réalisé nos travaux.

Désignation des commissaires aux comptes

Nous avons été nommés commissaires aux comptes de la société SMCP par votre assemblée générale du 25 septembre 2017 pour le cabinet Deloitte & Associés et du 9 juin 2022 pour le cabinet Grant Thornton.

Au 31 décembre 2025, le cabinet Deloitte & Associés était dans la neuvième année de sa mission sans interruption et le cabinet Grant Thornton dans la quatrième année de sa mission.

Responsabilités de la direction et des personnes constituant le gouvernement d'entreprise relatives aux comptes annuels

Il appartient à la direction d'établir des comptes annuels présentant une image fidèle conformément aux règles et principes comptables français ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement de comptes annuels ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes annuels, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider la société ou de cesser son activité.

Il incombe au comité d'audit de suivre le processus d'élaboration de l'information financière et de suivre l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, ainsi que le cas échéant de l'audit interne, en ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le conseil d'administration.

Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels

Objectif et démarche d'audit

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes annuels. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L.821-55 du code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre société.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre :

- il identifie et évalue les risques que les comptes annuels comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour fonder son opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;
- il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;
- il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes annuels ;

- il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes annuels au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;
- il apprécie la présentation d'ensemble des comptes annuels et évalue si les comptes annuels reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle.

Rapport au comité d'audit

Nous remettons au comité d'audit un rapport qui présente notamment l'étendue des travaux d'audit et le programme de travail mis en œuvre, ainsi que les conclusions découlant de nos travaux. Nous portons également à sa connaissance, le cas échéant, les faiblesses significatives du contrôle interne que nous avons identifiées pour ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Parmi les éléments communiqués dans le rapport au comité d'audit, figurent les risques d'anomalies significatives que nous jugeons avoir été les plus importants pour l'audit des comptes annuels de l'exercice et qui constituent de ce fait les points clés de l'audit, qu'il nous appartient de décrire dans le présent rapport.

Nous fournissons également au comité d'audit la déclaration prévue par l'article 6 du règlement (UE) n° 537-2014 confirmant notre indépendance, au sens des règles applicables en France telles qu'elles sont fixées notamment par les articles L.821-27 à L.821-34 du code de commerce et dans le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. Le cas échéant, nous nous entretenons avec le comité d'audit des risques pesant sur notre indépendance et des mesures de sauvegarde appliquées.

Paris et Paris-La Défense, le 30 mars 2026

Les commissaires aux comptes

Grant Thornton	**Deloitte & Associés**
Lionel CUDEY	Bénédicte SABADIE

6.2.4 Tableau des résultats au cours des 5 derniers exercices

	Exercice 2021	Exercice 2022	Exercice 2023	Exercice 2024	Exercice 2025
1. Capital en fin d'exercice					
Capital social *(en €)*	83 267 404	83 871 608,70	83 917 383,00	83 917 383,00	86 159 587,80
Nombre d'actions	75 697 640	76 246 917	76 288 530	76 288 530	78 326 898
• ordinaires	74 798 149	75 535 338	75 591 187	75 591 187	78 326 898
• de préférence G	899 491	711 579	697 343	697 343	-
2. Opérations et résultats de l'exercice *(en M€)*					
Chiffre d'affaires hors taxes	16,1	16,0	8,4	7,4	7,3
Résultat avant impôts, participation des salariés et dotations aux amortissements et provisions	10,6	7,2	7,9	2,2	-5,6
Impôts sur les bénéfices	11,0	6,8	7,5	10,2	13,0
Participation des salariés due au titre de l'exercice	(0,2)	(0,3)	0,0	(0,1)	(0,1)
Résultat après impôts, participation des salariés et dotations aux amortissements et provisions	23,8	14,0	14,7	12,5	7,4
Résultat distribué	-	-	-	-	-
3. Résultat par actions *(en €)*					
Résultat après impôts, participation des salariés, mais avant dotations aux amortissements et provisions	0,28	0,18	0,19	0,16	0,09
Résultat après impôts, participation des salariés et dotations aux amortissements et provisions	0,31	0,18	0,19	0,16	0,09
Dividende attribué à chaque action	-	-	-	-	-
4. Personnel					
Effectif moyen des salariés employé pendant l'exercice	24	21	26	27	28
Montant de la masse salariale *(en M€)*	5,5	4,8	4,0	4,3	5,9
Montant des cotisations sociales et avantages sociaux *(en M€)*	2,0	12,6	(0,8)	2,6	7,4



7.

Capital et actionnariat

7.1 Actionnariat 318

7.1.1 Répartition du capital et des droits de vote 318
7.1.2 Évolution de l'actionnariat 319
7.1.3 Franchissements de seuils 320
7.1.4 Modification dans la répartition du capital et des droits de vote au cours des trois derniers exercices 321
7.1.5 Actionnariat salarié 322
7.1.6 Participation et stock-options détenues par les membres du Conseil d'administration et de la Direction Générale 323

7.2 Dividendes 325

7.3 Assemblée générale et droits de vote 325

7.3.1 Modalités de participation des actionnaires aux Assemblées générales 325

7.4 Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique 326

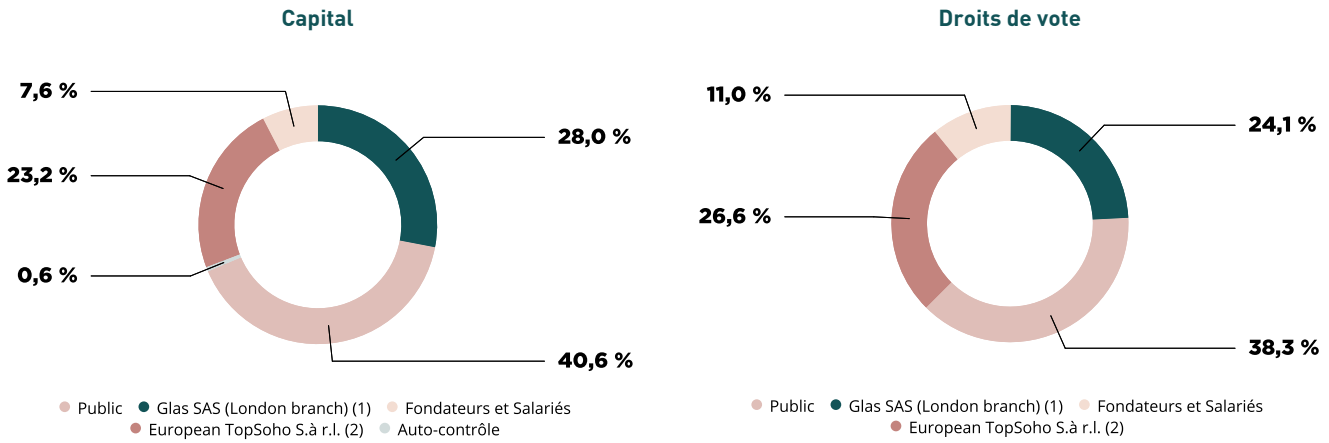
7.4.1 Structure du capital de la Société 326
7.4.2 Restrictions statutaires à l'exercice des droits de vote et aux transferts d'actions ou clauses des conventions portées à la connaissance de la Société en application de l'article L. 233-11 du Code de commerce 326
7.4.3 Participations directes ou indirectes dans le capital de la Société dont elle a connaissance en vertu des articles L. 233-7 et L. 233-12 du Code de commerce 326
7.4.4 Liste des détenteurs de tout titre comportant des droits de contrôle spéciaux et description de ceux-ci et mécanismes de contrôle prévus dans un éventuel système d'actionnariat du personnel, quand les droits de contrôle ne sont pas exercés par ce dernier 326
7.4.5 Accords entre actionnaires dont la Société a connaissance et qui peuvent entraîner des restrictions au transfert d'actions et à l'exercice des droits de vote 327
7.4.6 Pouvoirs du Conseil d'administration en matière d'augmentation de capital et de rachat d'actions 327
7.4.7 Accords conclus par la Société qui sont modifiés ou prennent fin en cas de changement de contrôle de la Société 328
7.4.8 Accords prévoyant des indemnités pour les membres du Conseil d'administration ou les salariés de la Société s'ils démissionnent ou sont licenciés sans cause réelle et sérieuse ou si leur emploi prend fin en raison d'une offre publique 328
7.4.9 État récapitulatif des opérations mentionnées à l'article L. 621-18-2 du Code monétaire et financier réalisées au cours de l'exercice 2025 328

7.5 Informations sur le capital social 329

7.5.1 Capital social souscrit et capital social autorisé mais non émis 329
7.5.2 Instruments financiers non représentatifs du capital 331
7.5.3 Actions détenues par la Société ou pour son compte propre 332
7.5.4 Autres titres donnant accès au capital 332
7.5.5 Évolution du capital de la Société au cours des trois derniers exercices 332

7.1 Actionnariat

7.1.1 Répartition du capital et des droits de vote



ACTIONNARIAT

Le tableau ci-dessous présente la répartition du capital de la Société au 31 décembre 2025 :

Actionnaires	Nombre d'actions ordinaires	Nombre total de droits de vote	% du capital	% des droits de vote
Public	31 769 869	34 895 118	40,6 %	38,3 %
Glas SAS (London branch) [1]	21 952 315	21 952 315	28,0 %	24,1 %
European TopSoho S.à r.l. [2] [3]	18 182 787	24 258 635	23,2 %	26,6 %
Fondateurs et Salariés	5 921 974	9 985 179	7,6 %	11,0 %
Auto-contrôle	499 953		0,6 %	
TOTAL	**78 326 898**	**91 091 247**	**100 %**	**100 %**

(1) En qualité de *Trustee* au titre des obligations échangeables émises en 2018 par European TopSoho S.à r.l. (les « Obligations »), ayant pris possession de 21 952 315 actions SMCP nanties au titre des Obligations suite au défaut d'European TopSoho S.à r.l.

(2) Entité placée en procédure de faillite le 28 février 2023 par la Cour d'appel de Luxembourg, date à laquelle un curateur a été nommé. Elle est indirectement détenue à 51,8 % par Shandong Ruyi Technology Group et 48,2 % par Yinchuan WeiXin Industry Funds Ltd Partnership (cette dernière étant indirectement majoritairement détenue par des fonds d'investissement publics de la République populaire de Chine).

(3) En ce inclus les 12 106 939 actions qui ont été cédées par European TopSoho S.à r.l. (« ETS ») à Dynamic Treasure Group Ltd en 2021 et qui ont été restituées à ETS le 11 août 2025 à la suite d'une décision de la Haute Cour de Singapour.

7.1.2 Évolution de l'actionnariat

La composition de l'actionnariat de la Société a connu des évolutions significatives au cours de la fin de l'exercice 2021, marquée notamment par la prise de possession temporaire par Glas SAS (London branch) (« GLAS »), en qualité de *Trustee* au titre des obligations échangeables d'un montant de 250 millions d'euros émises en 2018 par European TopSoho S.à r.l. (« ETS »), une filiale détenue majoritairement par Shandong Ruyi, de 21 952 315 actions SMCP, correspondant à une partie des actions SMCP nanties au titre de ces obligations (étant précisé que l'ensemble des actions nanties représentent, à la date du présent document d'enregistrement universel, environ 35,8 % du capital), suite à un défaut d'ETS au titre de ces obligations. GLAS détient ainsi, à la date du présent document d'enregistrement universel, 28,0 % du capital (soit 24,1 % des droits de vote) de la Société.

Sur les 18 182 787 actions SMCP qu'elle détenait encore, ETS avait cédé 12 106 939 actions SMCP le 27 octobre 2021 (la « Participation »), représentant à la date du présent document d'enregistrement universel 15,5 % du capital, soit 13,3 % des droits de vote, de la Société. GLAS avait indiqué par communication en date du 8 décembre 2021 avoir obtenu une ordonnance de conservation (« *freezing order* ») à Singapour à l'encontre de ETS et de la société des Îles Vierges britanniques Dynamic Treasure Group Ltd (« DTG »), cessionnaire initial, interdisant tout nouveau transfert de cette Participation. GLAS avait en outre intenté des recours judiciaires devant les tribunaux anglais compétents visant à faire annuler la cession de cette Participation qu'il jugeait illégale et frauduleuse. Le 12 juillet 2024, la Haute Cour britannique (*English High Court*) avait déclaré invalide la cession de cette Participation et en avait ordonné la restitution pour le 26 juillet 2024 (l'« Ordre de Transfert »), auquel DTG ne s'était pas conformé. La cour d'appel de Londres avait par la suite rejeté les demandes d'appel formulées par DTG à l'encontre de cette décision, qui n'est plus susceptible de recours. Compte tenu de l'absence d'exécution de l'Ordre de Transfert par DTG, GLAS avait demandé en octobre 2024 auprès des juridictions singapouriennes, où les actions correspondantes étaient alors détenues, la restitution forcée à ETS de cette Participation. Cette restitution est intervenue le 11 août 2025 à la suite d'une décision de la Haute Cour de Singapour en date du 4 juillet 2025.

ETS, qui a été placée en procédure de faillite le 28 février 2023 par la cour d'appel de Luxembourg et est désormais administrée par un curateur sous la supervision de la justice luxembourgeoise, détient depuis cette restitution 18 182 787 actions SMCP, correspondant à 23,2 % du capital et 26,6 % des droits de vote de la Société (dont 6 075 848 actions SMCP qui sont nanties au titre des obligations échangeables, correspondant à 7,8 % du capital et 13,5 % des droits de vote de la Société).

Dans ses déclarations de franchissement de seuil en date du 29 octobre 2021 et du 10 novembre 2021, GLAS avait notamment indiqué avoir nommé un *receiver* (mandataire professionnel de droit anglais) en charge de vendre à un tiers l'intégralité des actions nanties, idéalement en bloc et avec les actions non nanties. GLAS avait par ailleurs indiqué dans la déclaration de franchissement de seuil susvisée du 29 octobre 2021 que, tant qu'un accord n'a pas été conclu avec un acquéreur, ETS reste en droit de rembourser les sommes dues au titre des obligations échangeables, ce qui emporterait interruption du processus de réalisation de la sûreté et donc reprise par ETS des actions de la Société sous-jacentes. Dans l'hypothèse où le processus de réalisation de la sûreté serait interrompu comme mentionné ci-dessus, la composition de l'actionnariat et le cas échéant la gouvernance de la Société pourraient donc évoluer de manière significative.

Le 27 novembre 2025, un communiqué de presse a été diffusé par Alastair Beveridge et Daniel Imison d'AlixPartners UK LLP en qualité d'administrateurs (*receiver*s), et par le curateur (liquidateur) d'ETS, annonçant le lancement d'un processus de cession hors marché de participations pouvant aller jusqu'à 51,2% du capital de SMCP. Les actions SMCP concernées incluent (i) la participation de 28,0% du capital détenue par GLAS, (ii) la participation de 15,5% du capital restituée en août 2025, détenue et administrée par ETS (le curateur ayant obtenu une autorisation du Tribunal de Luxembourg le 21 novembre 2025), et (iii) la participation de 7,8% du capital détenue par ETS, dont l'administration a été confiée par GLAS à Alastair Beveridge et Daniel Imison d'Alix Partners LLP en qualité de receivers. Les receivers et le curateur ont indiqué qu'ils agiront chacun en toute indépendance tout au long du processus de cession. Il a été précisé à l'occasion de cette publication qu'il n'était pas possible de garantir l'issue du processus de cession et que si, et seulement si, la cession aboutissait à un transfert de plus de 30% du capital ou des droits de vote de SMCP à un même acquéreur (ou à plusieurs acquéreurs agissant de concert), l'acquéreur serait tenu de déposer une offre publique d'achat obligatoire portant sur le solde du capital social et des droits de vote de SMCP.

SMCP a indiqué accueillir favorablement ce projet qui lui permettrait de stabiliser sa situation actionnariale et de se concentrer sur la poursuite de sa stratégie de développement. Il est néanmoins rappelé qu'il n'existe aucune certitude que ce processus aboutisse favorablement et que la décision finale de cession appartient aux seuls détenteurs des participations susvisées.

DÉCLARATION RELATIVE AU CONTRÔLE DE LA SOCIÉTÉ

À la suite de la prise de possession temporaire, fin 2021, par Glas SAS (London Branch), en qualité de *Trustee* au titre des obligations échangeables d'un montant de 250 millions d'euros émises en 2018 par European TopSoho S.à r.l., une filiale du groupe Shandong Ruyi, de 21 952 315 actions SMCP, correspondant à une partie des actions SMCP nanties au titre de ces obligations, suite à un défaut de European TopSoho S.à r.l. au titre de ces obligations, SMCP n'a plus d'actionnaire de contrôle.

7.1.3 Franchissements de seuils

Tant que les actions de la Société sont admises aux négociations sur un marché réglementé, outre les déclarations de franchissement de seuils expressément prévues par les dispositions législatives et réglementaires en vigueur, toute personne physique ou morale qui vient à posséder directement ou indirectement, seule ou de concert, une fraction du capital ou des droits de vote (calculée conformément aux dispositions des articles L. 233-7 et L. 233-9 du Code de commerce et aux dispositions du règlement général de l'Autorité des marchés financiers) égale ou supérieure à 1 % du capital ou des droits de vote, ou tout multiple de ce pourcentage, y compris au-delà des seuils prévus par le dispositif légal et réglementaire, doit notifier à la Société, le nombre total (i) des actions et des droits de vote qu'elle possède, directement ou indirectement, seule ou de concert, (ii) des titres donnant accès à terme au capital de la Société qu'elle possède, directement ou indirectement, seule ou de concert et des droits de vote qui y sont potentiellement attachés, et (iii) des actions déjà émises que cette personne peut acquérir en vertu d'un accord ou d'un instrument financier mentionné à l'article L. 211-1 du Code monétaire et financier. Cette notification doit intervenir, par lettre recommandée avec accusé de réception, dans un délai de quatre jours de Bourse à compter du franchissement de seuil concerné.

L'obligation d'informer la Société s'applique également, dans les mêmes délais et selon les mêmes conditions, lorsque la participation de l'actionnaire en capital, ou en droits de vote, devient inférieure à l'un des seuils susmentionnés.

En cas de non-respect de l'obligation de déclaration de franchissement de seuils susvisée et à la demande, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée générale, d'un ou plusieurs actionnaires représentant au moins 5 % du capital ou des droits de vote de la Société, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote jusqu'à l'expiration d'un délai de deux ans suivant la date de régularisation de la notification.

La Société se réserve la faculté de porter à la connaissance du public et des actionnaires soit les informations qui lui auront été notifiées, soit le non-respect de l'obligation susvisée par la personne concernée.

La Société avait pris connaissance le 7 janvier 2022 de la déclaration de franchissement de seuil publiée auprès de l'Autorité des marchés financiers par European TopSoho S.à r.l. (« ETS ») déclarant, à titre de régularisation, avoir franchi en baisse, le 27 octobre 2021, les seuils de 2/3 des droits de vote et de 50 % du capital de la Société et détenir, à cette date, 28 028 163 actions SMCP représentant 56 056 326 droits de vote, soit 37,03 % du capital et 51,79 % des droits de vote de la Société. ETS avait précisé dans cette déclaration que le franchissement de seuil résultait d'une cession hors marché de 12 106 939 actions SMCP au profit de la société Dynamic Treasure Group Ltd. intervenue en exécution d'un engagement souscrit par ETS. ETS, dans la même déclaration, avait par ailleurs déclaré à titre de régularisation avoir franchi en baisse, le 28 octobre 2021, les seuils de 50 % des droits de vote, 1/3, 30 %, 25 %, 20 %, 15 % du capital et des droits de vote, et 10 % du capital de la Société et détenir à cette date 6 075 84 actions SMCP représentant 12 151 696 droits de vote, soit 8,03 % du capital et 14,08 % des droits de vote de la Société. ETS avait précisé dans cette déclaration que ce franchissement de seuil résultait de l'appropriation de 21 952 315 actions SMCP par Glas SAS (London Branch) le 28 octobre 2021, en sa qualité de *Trustee* aux termes des Obligations.

Dynamic Treasure Group Ltd. n'avait pas effectué de déclaration de franchissement de seuil (statutaire ou légal) auprès de la Société ou de l'Autorité des marchés financiers en relation avec l'acquisition des 12 106 939 actions SMCP. En conséquence, le bureau de l'Assemblée générale du 9 juin 2022 avait, sur demande de l'un des actionnaires de la Société représentant au moins 5 % du capital, décidé à l'unanimité de constater la privation des droits de vote attachés aux actions de cet actionnaire excédant le seuil statutaire de 1 % des droits de vote de SMCP non déclaré, et, conformément aux dispositions de l'article 15 des statuts de la Société et de l'article L. 233-7 du Code de commerce, de plafonner ainsi à hauteur de 756 976 droits de vote les droits de vote de cet actionnaire, jusqu'à l'expiration d'un délai de deux ans suivant la date de l'éventuelle régularisation de cette déclaration. Ce plafonnement a pris fin avec la restitution de ces titres à ETS, intervenue le 11 août 2025 (voir le paragraphe 7.1.2 du présent document d'enregistrement universel).

A la suite de cette restitution, ETS a déclaré avoir franchi en hausse, le 11 août 2025, les seuils de 10%, 15% et 20% du capital et 15%, 20% et 25% des droits de vote de la Société et détenir, 18 182 787 actions SMCP représentant 24 258 635 droits de vote, soit alors 23,2% du capital et 26,9% des droits de vote de SMCP. Par le même courrier, le curateur d'ETS a effectué une déclaration d'intention pour les six mois suivant au sujet de la participation détenue par ETS dans SMCP, indiquant notamment qu'ETS n'agissait de concert avec personne, n'envisageait pas de prendre le contrôle de la Société ni d'en acquérir d'actions supplémentaires, n'envisageait pas non plus de demander de nomination au conseil d'administration, et précisant que sa mission était de réaliser les actifs de la faillite d'ETS au mieux des intérêts de la masse des créanciers, et qu'il envisagerait en conséquence les différentes options possibles concernant la vente des actions, au regard des circonstances, le moment venu.

À la date du présent document d'enregistrement universel, la Société n'a été informée d'aucun franchissement de seuil prévu par les dispositions légales depuis la clôture de l'exercice 2025.

7.1.4 Modification dans la répartition du capital et des droits de vote au cours des trois derniers exercices

Modification dans la répartition du capital de la Société au cours des trois derniers exercices :

	2023			2024			2025		
Actionnaires	**Nombre d'actions ordinaires**	**Nombre d'actions de préférence de catégorie G [4]**	**Nombre total d'actions**	**Nombre d'actions ordinaires**	**Nombre d'actions de préférence de catégorie G [4]**	**Nombre total d'actions**	**Nombre d'actions ordinaires**	**Nombre d'actions de préférence de catégorie G [4]**	**Nombre total d'actions**
Public	29 439 655	90 085	29 529 740	29 549 474	95 539	29 645 013	31 769 869	0	31 769 869
Glas SAS (London branch) [1]	21 952 315	0	21 952 315	21 952 315	0	21 952 315	21 952 315	0	21 952 315
European TopSoho S.à r.l. [2]	6 075 848	0	6 075 848	6 075 848	0	6 075 848	18 182 787	0	18 182 787
Fondateurs et Salariés	5 316 129	607 258	5 923 387	5 693 512	601 804	6 295 316	5 921 974	0	5 921 974
Auto-contrôle	700 301	0	700 301	213 099	0	213 099	499 953	0	499 953
Autre(s) actionnaire(s) [3]	12 106 939	0	12 106 939	12 106 939	0	12 106 939	0	0	0
TOTAL	**75 591 187**	**697 343**	**76 288 530**	**75 591 187**	**697 343**	**76 288 530**	**78 326 898**	**0**	**78 326 898**

(1) En qualité de *Trustee* au titre des obligations échangeables émises en 2018 par European TopSoho S.à r.l. (les « Obligations »), ayant pris possession de 21 952 315 actions SMCP nanties au titre des Obligations suite au défaut d'European TopSoho S.à r.l.
(2) Entité placée en procédure de faillite le 28 février 2023 par la Cour d'appel de Luxembourg, date à laquelle un curateur a été nommé. Elle est indirectement détenue à 51,8 % par Shandong Ruyi Technology Group et 48,2 % par Yinchuan WeiXin Industry Funds Ltd Partnership (cette dernière étant indirectement majoritairement détenue par des fonds d'investissement publics de la République populaire de Chine).
(3) Actions cédées par European TopSoho S.à r.l. (« ETS ») en 2021 et ayant fait l'objet jusqu'au 4 juillet 2025 d'une ordonnance de conservation (« *freezing order* ») à l'encontre d'ETS et de la société Dynamic Treasure Group Ltd., cessionnaire initial, qui interdisait tout nouveau transfert de ces actions. Ces actions ont été restituées à ETS le 11 août 2025.
(4) Les actions de préférence de catégorie G ont été converties automatiquement en actions ordinaires le 1er janvier 2025. Leurs modalités sont détaillées au paragraphe 7.1.5 du présent document d'enregistrement universel.

Modification dans la répartition des droits de vote au sein de la Société au cours des trois derniers exercices :

	2023		2024		2025	
Actionnaires	**Nombre total de droit de vote**	**% des droits de vote**	**Nombre total de droit de vote**	**% des droits de vote**	**Nombre total de droit de vote**	**% des droits de vote**
Public	29 945 988	34,6 %	30 306 128	34,4 %	34 895 118	38,3 %
Glas SAS (London branch) [1]	21 952 315	25,3 %	21 952 315	25,0 %	21 952 315	24,1 %
European TopSoho S.à r.l. [2]	12 151 696	14,0 %	12 151 696	13,8 %	24 258 365	26,6 %
Fondateur et salariés	10 487 492	12,1 %	11 382 733	13,0 %	9 985 179	11,0 %
Autre(s) actionnaire(s) [3]	12 106 939	14,0 %	12 106 939	13,8 %	0	0 %
TOTAL	**86 644 430**	**100 %**	**87 899 811**	**100 %**	**91 101 247**	**100 %**

(1) En qualité de *Trustee* au titre des obligations échangeables émises en 2018 par European TopSoho S.à r.l. (les « Obligations »), ayant pris possession de 21 952 315 actions SMCP nanties au titre des Obligations suite au défaut d'European TopSoho S.à r.l.
(2) Entité placée en procédure de faillite le 28 février 2023 par la cour d'appel de Luxembourg, date à laquelle un curateur a été nommé. Elle est indirectement détenue à 51,8 % par Shandong Ruyi Technology Group et 48,2 % par Yinchuan WeiXin Industry Funds Ltd Partnership (cette dernière étant indirectement majoritairement détenue par des fonds d'investissement publics de la République populaire de Chine).
(3) Actions cédées par European TopSoho S.à r.l. (« ETS ») en 2021 et ayant fait l'objet jusqu'au 4 juillet 2025 d'une ordonnance de conservation (« *freezing order* ») à l'encontre d'ETS et de la société Dynamic Treasure Group Ltd. (« DTG »), cessionnaire initial, qui interdisait tout nouveau transfert de ces actions. En raison de l'absence de déclaration de franchissement de seuil (statutaire ou légale) par le cessionnaire auprès de la Société ou de l'Autorité des marchés financiers, les droits de vote attachés à ces actions excédant le seuil statutaire de 1 % étaient plafonnés à hauteur de 756 976 droits de vote, jusqu'à l'expiration d'un délai de deux ans suivant la date de l'éventuelle régularisation de cette déclaration. Ces actions ont été restituées à ETS le 11 août 2025, date à laquelle ce plafonnement a pris fin.

7.1.5 Actionnariat salarié

Certains cadres dirigeants et salariés du Groupe sont actionnaires de la Société (voir le paragraphe 7.1.1 du présent document d'enregistrement universel).

ADP G

Entre 2016 et 2017, dans le cadre de l'acquisition du Groupe par Shandong Ruyi, le Groupe a procédé à l'attribution, à titre exceptionnel, de 14 224 075 actions de préférence de catégorie G (« ADP G ») à 98 cadres dirigeants et managers du Groupe (dont Mmes Évelyne Chetrite et Judith Milgrom et M. Ilan Chetrite). En juin 2018, un regroupement des ADP G a été réalisé dans le cadre duquel 11 ADP G d'une valeur nominale de 0,10 euro chacune ont été échangées contre une ADP G nouvelle de 1,10 euro de valeur nominale chacune. À l'issue de cette opération de regroupement, le nombre total des ADP G était de 1 293 098 ADP G d'une valeur nominale de 1,10 euro. Ces ADP G étaient convertibles en 5 072 873 actions ordinaires au 1er janvier de chaque année à compter du 1er janvier 2019 et jusqu'au 1er janvier 2025, date à laquelle les ADP G non converties ont été automatiquement converties en actions ordinaires. Entre le 1er janvier 2019 et le 31 décembre 2024, 595 755 ADP G ont été converties en actions ordinaires et il a été procédé à l'émission de 2 337 162 actions ordinaires nouvellement créées. Au 1er janvier 2025, les 697 343 ADP G restantes détenues ont été automatiquement converties en 2 735 711 actions ordinaires. À la date du présent document d'enregistrement universel, il ne reste plus d'ADP G.

Les ADP G étaient obligatoirement nominatives. Tout comme pour les actions ordinaires, le droit de vote attaché aux ADP G était proportionnel à la quotité de capital qu'elles représentaient et chaque ADP G donnait droit à une voix au moins. Il était institué un droit de vote double au profit des ADP G ayant fait l'objet d'une détention continue par un même titulaire pendant une durée minimale de deux ans au moins. Les détenteurs d'ADP G ne bénéficiaient d'aucun droit financier tant qu'elles n'avaient pas été converties en actions ordinaires. Les actions ordinaires nouvelles émises à l'occasion de la conversion des ADP G étaient entièrement assimilées aux actions ordinaires anciennes de même catégorie après paiement, le cas échéant, du dividende afférent à l'exercice précédent. Pour chaque ADP G convertie qui disposait d'un droit de vote double, une parmi les actions ordinaires nouvellement émises correspondant à cette ADP G convertie a bénéficié d'un droit de vote double, les autres actions ordinaires nouvellement émises n'en disposant pas jusqu'à ce qu'elles fassent l'objet d'une détention continue par un même titulaire pendant une durée minimale de deux ans au moins après la conversion.

ACTIONS GRATUITES

Le Conseil d'administration du 14 décembre 2021, sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale en date du 17 juin 2021 (Plan n° 5), a mis en place un plan d'attribution d'actions gratuites de performance au bénéfice des mandataires sociaux et membres du personnel salarié de la Société et de ses filiales (le « Plan de janvier 2022 »). Dans ce cadre, la Société a décidé l'attribution de 987 600 actions gratuites de performance au bénéfice de certains mandataires sociaux et salariés du Groupe. La date d'acquisition définitive de la dernière moitié de ces actions gratuites de performance était le 31 mars 2025.

Le Conseil d'administration du 9 mars 2022, sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale en date du 17 juin 2021 (Plan n° 5), a mis en place un plan d'attribution d'actions gratuites de performance uniquement au bénéfice de certains membres du personnel salarié de la Société et de ses filiales (le « Plan de juillet 2022 »). Dans ce cadre, la Société a décidé l'attribution de 28 780 actions gratuites de performance au bénéfice de certains salariés du Groupe. La date d'acquisition définitive de la dernière moitié de ces actions gratuites de performance était le 1er juillet 2025.

Le Conseil d'administration du 7 décembre 2022, sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale en date du 17 juin 2021 (Plan n° 6), a mis en place un plan d'attribution d'actions gratuites de performance au bénéfice des mandataires sociaux et membres du personnel salarié de la Société et de ses filiales (le « Plan de janvier 2023 »). Dans ce cadre, la Société a décidé l'attribution de 1 139 380 actions gratuites de performance au bénéfice de certains mandataires sociaux et salariés du Groupe. La date d'acquisition définitive de ces actions gratuites de performance était le 31 mars 2026.

Le Conseil d'administration du 23 mars 2023, sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale en date du 17 juin 2021 (Plan n° 6), a mis en place un plan d'attribution d'actions gratuites de performance uniquement au bénéfice de certains membres du personnel salarié de la Société et de ses filiales (le « Plan de juillet 2023 »). Dans ce cadre, la Société a décidé l'attribution de 22 510 actions gratuites de performance au bénéfice de certains salariés du Groupe. La date d'acquisition définitive de ces actions gratuites de performance est le 1er juillet 2026.

Le Conseil d'administration du 12 décembre 2023 (Plan n° 7), sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale en date du 21 juin 2023, a mis en place un plan d'attribution d'actions gratuites de performance au bénéfice des mandataires sociaux et membres du personnel salarié de la Société et de ses filiales (le « Plan de janvier 2024 »). Dans ce cadre, la Société a décidé l'attribution de 1 475 600 actions gratuites de performance au bénéfice de certains mandataires sociaux et salariés du Groupe. La date d'acquisition définitive de ces actions gratuites de performance est le 31 mars 2027.

Le Conseil d'administration du 21 mars 2024, sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale en date du 21 juin 2023 (Plan n° 7), a mis en place un plan d'attribution d'actions gratuites de performance uniquement au bénéfice de certains membres du personnel salarié de la Société et de ses filiales (le « Plan de juillet 2024 »). Dans ce cadre, la Société a décidé l'attribution de 49 300 actions gratuites de performance au bénéfice de certains salariés du Groupe. La date d'acquisition définitive de ces actions gratuites de performance est le 1er juillet 2027.

Le Conseil d'administration du 11 décembre 2024 (Plan n° 8), sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale en date du 6 juin 2024, a mis en place un plan d'attribution d'actions gratuites de performance au bénéfice des mandataires sociaux et membres du personnel salarié de la Société et de ses filiales (le « Plan de janvier 2025 »). Dans ce cadre, la Société a décidé l'attribution de 1 475 900 actions gratuites de performance au bénéfice de certains mandataires sociaux et salariés du Groupe. La date d'acquisition définitive de ces actions gratuites de performance est le 31 mars 2028.

Le Conseil d'administration du 25 mars 2025, sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale en date du 6 juin 2024 (Plan n° 8), a mis en place un plan d'attribution d'actions gratuites de performance uniquement au bénéfice de certains membres du personnel salarié de la Société et de ses filiales (le « Plan de juillet 2025 »). Dans ce cadre, la Société a décidé l'attribution de 75 800 actions gratuites de performance au bénéfice de certains salariés du Groupe. La date d'acquisition définitive de ces actions gratuites de performance est le 1er juillet 2028.

Le Conseil d'administration du 12 juin 2025, sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale en date du 12 juin 2025 (Plan n° 9), a mis en place un plan d'attribution d'actions gratuites de performance uniquement au bénéfice de certains membres du personnel salarié de la Société et de ses filiales (le « Second Plan de juillet 2025 »). Dans ce cadre, la Société a décidé l'attribution de 13 800 actions gratuites de performance au bénéfice de certains salariés du Groupe. La date d'acquisition définitive de ces actions gratuites de performance est le 1er juillet 2028.

Le Conseil d'administration du 10 décembre 2025, sur la base de l'autorisation accordée par l'Assemblée générale en date du 12 juin 2025 (Plan n° 9), a mis en place un plan d'attribution d'actions gratuites de performance au bénéfice des mandataires sociaux et membres du personnel salarié de la Société et de ses filiales (le « Plan de janvier 2026 »). Dans ce cadre, la Société a décidé l'attribution de 1 243 400 actions gratuites de performance au bénéfice de certains mandataires sociaux et salariés du Groupe. La date d'acquisition définitive de ces actions gratuites de performance est le 31 mars 2029.

7.1.6 Participation et stock-options détenues par les membres du Conseil d'administration et de la Direction Générale

INTÉRÊTS DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DE LA DIRECTION GÉNÉRALE

Mme Isabelle Guichot, administratrice et Directeur Général de la Société, est actionnaire de la Société.

Mme Évelyne Chetrite, administratrice et Directrice Générale Déléguée de la Société, Mme Judith Milgrom, administratrice et Directrice Générale Déléguée de la Société, et M. Ilan Chetrite, censeur et Directeur Général Délégué de la Société, sont actionnaires directs de la Société et actionnaires indirects de la Société par l'intermédiaire respectivement des sociétés Sivan, Judor et Talia.

A la suite de la conversion automatique au 1er janvier 2025 des ADP G qu'ils détenaient en actions ordinaires (voir paragraphe 7.1.5 du présent document d'enregistrement universel), et compte tenu du régime fiscal applicable à ces actions, Madame Evelyne Chetrite, Madame Judith Milgrom et Monsieur Ilan Chetrite, Directeurs Généraux Délégués de la Société, ont indiqué le 3 janvier 2025 confier chacun à un prestataire de services d'investissement, agissant de manière indépendante, un mandat de gestion programmée afin de céder leurs actions ordinaires issues de la conversion de ces ADP G sur le marché ou de gré-à-gré à compter d'un mois après la signature de ce mandat (soit 624 121 actions ordinaires pour Madame Evelyne Chetrite, 624 121 actions ordinaires pour Madame Judith Milgrom et 624 297 actions ordinaires pour Monsieur Ilan Chetrite). Ils ont par la suite informé le marché par communiqué en date du 4 mars 2025 qu'ils avaient chacun conclu un mandat avec un prestataire de services d'investissement, agissant de manière indépendante, aux fins de racheter un nombre d'actions SMCP pouvant aller jusqu'à 675 000 (soit 225 000 chacun) et indiqué que ces opérations de rachat témoignent de leur engagement et de leur confiance dans le Groupe SMCP. En conséquence de ces opérations de cession et de rachat réalisées en 2025, Madame Evelyne Chetrite a cédé 624 121 actions ordinaires et en a racheté 225 000, Madame Judith Milgrom a cédé 624 121 actions ordinaires et en a racheté 225 000 et Monsieur Ilan Chetrite a cédé 624 297 actions ordinaires et en a racheté 225 000.

Le nombre d'actions de la Société détenues par les administrateurs (autres que les administrateurs représentant les salariés) et le censeur au 31 décembre 2025 est détaillé ci-dessous :

Administrateur	Nombre d'actions de la Société détenu
Christophe Cuvillier	8 000
Isabelle Guichot	167 578
Évelyne Chetrite/Sivan	2 167 369
Judith Milgrom/Judor	2 032 323
Ilan Chetrite/Talia	814 794
Orla Noonan	3 200
Christophe Chenut	1 000
Natalia Nikolaidi	100
Xavier Véret	100
Atalay Atasu	1 000

OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D'ACTIONS ET ATTRIBUTION D'ACTIONS GRATUITES

Entre 2016 et 2017, le Groupe a procédé à l'attribution de 14 224 075 actions de préférence de catégorie G (ADP G) à certains cadres dirigeants du Groupe (dont Mmes Évelyne Chetrite et Judith Milgrom et M. Ilan Chetrite). Leurs modalités sont détaillées au paragraphe 7.1.5 du présent document d'enregistrement universel. À la date du présent document d'enregistrement universel, il ne reste plus d'ADP G.

La Société a décidé l'attribution d'actions gratuites de performance au bénéfice de certains mandataires sociaux (dont Mmes Évelyne Chetrite et Judith Milgrom et M. Ilan Chetrite) et certains salariés du Groupe, dont les modalités sont détaillées au paragraphe 4.2.1.2 du présent document d'enregistrement universel.

Le tableau suivant récapitule les attributions d'actions gratuites de performance au bénéfice des mandataires sociaux :

	Nombre d'actions gratuites
Le 14 décembre 2021	421 800
Le 7 décembre 2022	455 600
Le 12 décembre 2023	589 100
Le 11 décembre 2024	589 100
Le 10 décembre 2025	495 800

7.2 Dividendes

La Société n'a pas procédé à un versement de dividendes au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2025 et n'envisage pas de verser de dividende en 2026. La trésorerie disponible du Groupe sera affectée prioritairement au financement de ses activités opérationnelles et au remboursement de la dette financière.

7.3 Assemblée générale et droits de vote

7.3.1 Modalités de participation des actionnaires aux Assemblées générales

CONVOCATION ET PARTICIPATION AUX ASSEMBLÉES GÉNÉRALES

Les décisions des actionnaires sont prises en Assemblées générales. L'Assemblée générale ordinaire est celle qui est appelée à prendre toutes décisions qui ne modifient pas les statuts. Elle est réunie au moins une fois par an, dans les six mois de la clôture de chaque exercice social, pour statuer sur les comptes de cet exercice et sur les comptes consolidés.

L'Assemblée générale extraordinaire est seule habilitée à modifier les statuts dans toutes leurs dispositions.

Les Assemblées générales sont convoquées par le Conseil d'administration dans les conditions et délais prévus par la loi. Les Assemblées générales sont réunies au siège social ou en tout autre lieu indiqué dans la convocation.

Tout actionnaire a le droit d'assister aux assemblées, personnellement ou par mandataire, sur justification de son identité et de la propriété de ses titres sous la forme de l'enregistrement comptable de ses titres dans les conditions prévues par les dispositions législatives et réglementaires en vigueur. Tout actionnaire peut voter à distance ou donner procuration conformément à la réglementation en vigueur.

Les assemblées sont présidées par le Président du Conseil d'administration ou, en son absence ou en cas de carence, par un administrateur délégué à cet effet par le Conseil d'administration. À défaut, l'assemblée élit elle-même son Président.

Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux membres de l'assemblée, présents et acceptant ces fonctions, qui disposent par eux-mêmes ou comme mandataires, du plus grand nombre de voix.

Le bureau désigne le secrétaire, qui peut être choisi en dehors des membres de l'assemblée.

EXERCICE DES DROITS DE VOTE, DROITS DE VOTE DOUBLE, LIMITATIONS DE DROITS DE VOTE

Chaque action ordinaire donne droit, dans les bénéfices et l'actif social, à une part proportionnelle à la quotité du capital qu'elle représente. En outre, chaque action donne droit au vote et à la représentation dans les Assemblées générales, dans les conditions légales et statutaires.

Il est attribué un droit de vote à chaque action de la Société.

Il est institué un droit de vote double au profit des actions ordinaires entièrement libérées ayant fait l'objet d'une détention continue au nominatif par un même titulaire pendant une durée minimale de deux (2) ans au moins.

Conformément à l'article L. 225-123 alinéa 2 du Code de commerce, en cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, le droit de vote double est accordé dès leur émission aux actions ordinaires nouvelles attribuées gratuitement à un actionnaire à raison d'actions ordinaires anciennes pour lesquelles il bénéficie déjà de ce droit.

Ce droit de vote double peut s'exercer à l'occasion de toute assemblée.

Le droit de vote double cesse de plein droit lorsque l'action ordinaire est convertie au porteur ou transférée en propriété.

7.4 Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique

Sont présentés ci-après les éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique.

7.4.1 Structure du capital de la Société

Voir les paragraphes 7.1.1, 7.1.2, 7.1.3 et 7.1.4.

7.4.2 Restrictions statutaires à l'exercice des droits de vote et aux transferts d'actions ou clauses des conventions portées à la connaissance de la Société en application de l'article L. 233-11 du Code de commerce

Les restrictions statutaires à l'exercice des droits de vote et aux transferts d'actions ou les clauses des conventions portées à la connaissance de la Société en application de l'article L. 233-11 du Code de commerce, ainsi que les règles applicables à la nomination et au remplacement des membres du Conseil d'administration et les accords entre actionnaires dont la Société a connaissance et qui peuvent entraîner des restrictions au transfert d'actions et à l'exercice des droits de vote sont décrits aux paragraphes 4.1.2.2, 4.1.3 et 7.4.5 du document d'enregistrement universel. Les pouvoirs du Conseil d'administration en particulier l'émission ou le rachat d'actions et les accords conclus par la Société qui sont modifiés ou prennent fin en cas de changement de contrôle de la Société sont décrits respectivement aux paragraphes 7.4.6 et 7.4.7 du document d'enregistrement universel.

7.4.3 Participations directes ou indirectes dans le capital de la Société dont elle a connaissance en vertu des articles L. 233-7 et L. 233-12 du Code de commerce

Les participations directes ou indirectes dans le capital de la Société dont elle a connaissance en vertu des articles L. 233-7 et L. 233-12 du Code de commerce sont décrites dans le tableau d'actionnariat ci-dessus (voir le paragraphe 7.1.1 du document d'enregistrement universel).

7.4.4 Liste des détenteurs de tout titre comportant des droits de contrôle spéciaux et description de ceux-ci et mécanismes de contrôle prévus dans un éventuel système d'actionnariat du personnel, quand les droits de contrôle ne sont pas exercés par ce dernier

Il n'y a pas de détenteurs de titre comportant des droits de contrôle spéciaux ni de mécanismes de contrôle prévus dans un éventuel système d'actionnariat du personnel, quand les droits de contrôle ne sont pas exercés par ce dernier.

7.4.5 Accords entre actionnaires dont la Société a connaissance et qui peuvent entraîner des restrictions au transfert d'actions et à l'exercice des droits de vote

Néant.

7.4.6 Pouvoirs du Conseil d'administration en matière d'augmentation de capital et de rachat d'actions

Les informations relatives aux pouvoirs du Conseil d'administration en matière d'augmentation de capital sont détaillées dans les statuts de la Société et au paragraphe 7.5.1 du présent document d'enregistrement universel, qui décrit les délégations financières en matière d'augmentation de capital en vigueur et celles dont l'adoption sera proposée à l'Assemblée générale des actionnaires de la Société qui sera convoquée pour le 11 juin 2026. Il est précisé que le Conseil d'administration ne pourra faire usage de ces délégations, sauf autorisation préalable de l'Assemblée générale des actionnaires, à compter du dépôt par un tiers d'un projet d'offre publique visant les titres de la Société et, ce, jusqu'à la fin de la période d'offre.

PROGRAMME DE RACHAT D'ACTIONS

L'Assemblée générale des actionnaires du 12 juin 2025 a autorisé, pour une durée de 18 mois à compter de la date de tenue de l'assemblée, le Conseil d'administration, avec faculté de subdélégation dans les conditions légales et réglementaires, conformément aux dispositions des articles L. 225-209 et suivants du Code de commerce, à acheter, en une ou plusieurs fois et aux époques qu'il fixera, un nombre d'actions de la Société ne pouvant excéder 10 % du nombre total des actions composant le capital social, à quelque moment que ce soit, ou 5 % du nombre total des actions composant le capital social s'il s'agit d'actions acquises par la Société en vue de leur conservation et de leur remise ultérieure en paiement ou en échange dans le cadre d'une opération de fusion, de scission ou d'apport, étant précisé que le nombre d'actions détenu par la Société ne pourra en aucun cas conduire la Société à détenir à quelque moment que ce soit plus de 10 % des actions composant son capital social.

Les actions pourront être acquises, sur décision du Conseil d'administration, afin :

- d'assurer la liquidité et animer le marché des titres de la Société par l'intermédiaire d'un prestataire de services d'investissement agissant de manière indépendante dans le cadre d'un contrat de liquidité conforme à la charte de déontologie reconnue par l'AMF ;
- d'allouer des actions aux membres du personnel de la Société, et notamment dans le cadre (i) de la participation aux résultats de l'entreprise, (ii) de tout plan d'options d'achat d'actions de la Société, dans le cadre des dispositions des articles L. 225-177 et suivants du Code de commerce, ou (iii) de tout plan d'épargne conformément aux articles L. 3331-1 et suivants du Code du travail ou toute attribution d'actions gratuites dans le cadre des dispositions des articles L. 225-197-1 et suivants du Code de commerce, ainsi que de réaliser toutes opérations de couverture afférentes à ces opérations, dans les conditions prévues par les autorités de marché et aux époques que le Conseil d'administration ou la personne agissant sur délégation du Conseil d'administration appréciera ;
- de remettre les actions de la Société lors de l'exercice de droits attachés à des valeurs mobilières donnant droit par remboursement, conversion, échange, présentation d'un bon ou de toute autre manière à l'attribution d'actions de la Société dans le cadre de la réglementation en vigueur, ainsi que de réaliser toutes opérations de couverture afférentes à ces opérations, dans les conditions prévues par les autorités de marché et aux époques que le Conseil d'administration ou la personne agissant sur délégation du Conseil d'administration appréciera ;
- de conserver les actions de la Société et de les remettre ultérieurement à titre de paiement ou d'échange dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe ;
- d'annuler les actions de la Société dans le cadre d'une réduction du capital social ;
- de mettre en œuvre toute pratique de marché qui viendrait à être admise par l'AMF et, plus généralement, réaliser toute opération conforme à la réglementation en vigueur.

Le prix unitaire maximal d'achat ne pourra pas être supérieur, hors frais, à 25 euros.

Le Conseil d'administration pourra toutefois, en cas d'opérations sur le capital de la Société, notamment de modification de la valeur nominale de l'action, d'augmentation de capital par incorporation de réserves suivie de la création et de l'attribution d'actions gratuites, de division ou de regroupement de titres, ajuster le prix maximal d'achat susvisé afin de tenir compte de l'incidence de ces opérations sur la valeur de l'action de la Société.

L'acquisition, la cession ou le transfert de ces actions pourront être effectués et payés par tous moyens autorisés par la réglementation en vigueur, sur un marché réglementé, sur un système multilatéral de négociation, auprès d'un internalisateur systématique ou de gré à gré, notamment par voie d'acquisition ou de cession de blocs, par le recours à des options ou autres instruments financiers dérivés, ou à des bons ou, plus généralement, à des valeurs mobilières donnant droit à des actions de la Société, aux époques que le Conseil d'administration appréciera, à l'exclusion des périodes d'offre publique visant les titres de la Société.

Le Conseil d'administration aura tous pouvoirs, avec faculté de subdélégation dans les conditions légales et réglementaires, afin, dans le respect des dispositions légales et réglementaires concernées, de procéder aux réallocations permises des actions rachetées en vue de l'un des objectifs du programme à un ou plusieurs de ses autres objectifs, ou bien à leur cession, sur le marché ou hors marché.

Le Conseil d'administration informera, dans les conditions légales, l'Assemblée générale des opérations réalisées.

Le Conseil d'administration ne pourra, sauf autorisation préalable de l'Assemblée générale, faire usage de cette autorisation à compter du dépôt par un tiers d'un projet d'offre publique visant les titres de la Société, et ce jusqu'à la fin de la période d'offre.

Il est proposé de renouveler cette autorisation confiée au Conseil d'administration lors de l'Assemblée générale des actionnaires qui sera convoquée pour le 11 juin 2026.

Le Conseil d'administration du 25 mars 2025 a approuvé la mise en œuvre d'un programme de rachat de 400 000 actions propres. Le programme a été mis en œuvre le 28 mars 2025 sur une période courant jusqu'au 27 mai 2025. En application de ce programme, SMCP SA a racheté 400 000 actions propres.

Au 31 décembre 2025, SMCP détenait 499 953 actions propres acquises dans le cadre des programmes de rachat mis en œuvre par le Conseil d'administration.

CONTRAT DE LIQUIDITÉ

Un contrat de liquidité a été conclu le 5 août 2024 avec un prestataire de services d'investissement afin de faciliter l'animation du titre SMCP. Au 31 décembre 2025, la Société ne détenait aucune action propre dans le cadre de ce contrat.

7.4.7 Accords conclus par la Société qui sont modifiés ou prennent fin en cas de changement de contrôle de la Société

Les accords conclus par la Société qui sont modifiés ou prennent fin en cas de changement de contrôle de la Société sont détaillés aux paragraphes 3.4.2.2 « Passifs financiers » et 3.4.2.6 « Cas de remboursement anticipé volontaire » du document d'enregistrement universel.

7.4.8 Accords prévoyant des indemnités pour les membres du Conseil d'administration ou les salariés de la Société s'ils démissionnent ou sont licenciés sans cause réelle et sérieuse ou si leur emploi prend fin en raison d'une offre publique

Le Groupe a mis en place des accords prévoyant des indemnités en cas de cessation des fonctions pour Mme Isabelle Guichot, Directeur Général et pour Mme Évelyne Chetrite, Mme Judith Milgrom et M. Ilan Chetrite, en leur qualité de Directeurs Généraux Délégués. Une information détaillée figure au paragraphe 4.2.1.2 du document d'enregistrement universel. Il est par ailleurs rappelé que, pour les Directeurs Généraux Délégués, les règlements des plans d'attribution d'actions gratuites de performance n° 7 mis en place par le Conseil d'administration du 12 décembre 2023, n° 8 mis en place par le Conseil d'administration du 11 décembre 2024 et n° 9 mis en place par le Conseil d'administration du 10 décembre 2025 prévoient, en cas de départ contraint ou volontaire faisant suite à un changement de contrôle de la Société, un mécanisme d'accélération de l'acquisition définitive de l'intégralité des actions gratuites de performance, en réputant satisfaite à la date du départ les conditions de présence et de performance des plans (les actions concernées devant néanmoins être conservées jusqu'à la date initiale d'acquisition prévue dans chacun de ces plans).

7.4.9 État récapitulatif des opérations mentionnées à l'article L. 621-18-2 du Code monétaire et financier réalisées au cours de l'exercice 2025

Aucune opération mentionnée à l'article L. 621-18-2 du Code monétaire et financier n'a été réalisée au cours de l'exercice 2025.

7.5 Informations sur le capital social

7.5.1 Capital social souscrit et capital social autorisé mais non émis

À la date du présent document d'enregistrement universel, le capital social de la Société s'élève à 86 159 587,80 euros. Il est divisé en 78 326 898 actions ordinaires de 1,10 euro de valeur nominale et entièrement libérées.

En réponse à des questions soulevées dans le cadre du dialogue avec ses actionnaires et des observations formulées par les principales agences de conseil en vote, et en ligne avec les bonnes pratiques suivies par un certain nombre de sociétés cotées, SMCP a notamment décidé, depuis le 21 juin 2023, de faire passer à trois ans la durée d'acquisition des plans d'attribution d'actions de performance qu'il est proposé à l'Assemblée générale d'autoriser le Conseil d'administration à attribuer (dont les critères de performance ont été par ailleurs refondus ; voir paragraphe 4.2.1.1 « Principes Généraux »). Le pourcentage du capital alloué à l'attribution d'actions gratuites existantes ou à émettre, en faveur des salariés et mandataires sociaux exécutifs de la Société et de sociétés lui étant liées, est par ailleurs réduit à 2 % depuis cette même Assemblée générale du 21 juin 2023.

L'Assemblée générale des actionnaires de la Société qui s'est réunie le 12 juin 2025 a adopté les délégations financières en matière d'augmentation de capital suivantes.

Résolution	Nature de la délégation	Durée maximale	Montant nominal maximal	Utilisation au cours de l'exercice 2025
21e résolution	Autorisation en vue d'opérer sur les actions de la Société (programme de rachat d'actions)	18 mois	Dans la limite de 10 % du nombre total des actions composant le capital social ou 5 % du nombre total des actions en vue de leur conservation et de leur remise ultérieure en paiement ou en échange dans le cadre d'opérations de croissance externe Prix de rachat maximal : 25 €	Via un contrat de liquidité
22e résolution	Autorisation donnée au Conseil d'administration de réduire le capital social par annulation des actions détenues en propre	26 mois	Dans la limite de 10 % du capital social par 24 mois	Néant
23e résolution	Délégation de compétence donnée au Conseil d'administration en vue d'augmenter le capital social avec suppression du droit préférentiel de souscription par émission d'actions de la Société réservée aux adhérents d'un plan d'épargne d'entreprise	26 mois	3 % du capital [1] [2]	Néant

Résolution	Nature de la délégation	Durée maximale	Montant nominal maximal	Utilisation au cours de l'exercice 2025
24e résolution	Délégation de compétence au Conseil d'administration en vue d'augmenter le capital social par émission d'actions avec suppression du droit préférentiel de souscription en faveur d'une catégorie de bénéficiaires déterminée	18 mois	3 % du capital [1] [2]	Néant
25e résolution	Autorisation au Conseil d'administration à l'effet d'attribuer gratuitement des actions existantes ou à émettre, en faveur de certains salariés et mandataires sociaux de la Société et de sociétés lui étant liées, avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires	38 mois	2 % du capital [1]	Conseil d'administration du 10 décembre 2025.

(1) Délégation soumise au plafond global pour les augmentations de capital de 32 050 000 euros (soit environ 40 % du capital social).
(2) Le montant nominal maximal global des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées en vertu de cette délégation s'impute sur le montant du plafond global des opérations réservées aux salariés fixé à 2,4 millions d'euros.

Le tableau ci-dessous présente les résolutions financières en matière d'augmentation de capital dont l'adoption sera proposée à l'Assemblée générale des actionnaires de la Société qui sera convoquée pour le 11 juin 2026. Ces résolutions ne pourront, sauf autorisation préalable de l'Assemblée générale, être mises en œuvre à compter du dépôt par un tiers d'un projet d'offre publique visant les titres de la Société, et ce jusqu'à la fin de la période d'offre.

Résolution	Nature de la délégation	Durée maximale	Montant nominal maximal
20e résolution	Autorisation en vue d'opérer sur les actions de la Société (programme de rachat d'actions)	18 mois	Dans la limite de 10 % du nombre total des actions composant le capital social ou 5 % du nombre total des actions en vue de leur conservation et de leur remise ultérieure en paiement ou en échange dans le cadre d'opérations de croissance externe Prix de rachat maximal : 25 €
21e résolution	Autorisation donnée au Conseil d'administration de réduire le capital social par annulation des actions détenues en propre	26 mois	Dans la limite de 10 % du capital social par 24 mois
22e résolution	Délégation de compétence au Conseil d'administration en vue d'augmenter le capital social par incorporation de réserves, bénéfices ou primes ou toute autre somme dont la capitalisation serait admise	26 mois	17 230 000 euros (soit environ 20 % du capital)
23e résolution	Délégation de compétence donnée au Conseil d'administration en vue d'augmenter le capital social par émission, avec maintien du droit préférentiel de souscription, d'actions et/ou de titres de capital donnant accès à d'autres titres de capital et/ou donnant droit à l'attribution de titres de créance et/ou de valeurs mobilières donnant accès à des titres de capital à émettre	26 mois	S'agissant des augmentations de capital : 34 460 000 euros[1] (soit environ 40 % du capital) S'agissant des émissions de titres de créances : 500 millions d'euros [3]

Résolution	Nature de la délégation	Durée maximale	Montant nominal maximal
24e résolution	Délégation de compétence donnée au Conseil d'administration en vue d'augmenter le capital social par émission, avec suppression du droit préférentiel de souscription, d'actions et/ou de titres de capital donnant accès à d'autres titres de capital et/ou donnant droit à l'attribution de titres de créance et/ou de valeurs mobilières donnant accès à des titres de capital à émettre, dans le cadre d'offres au public autres que celles visées à l'article L. 411-2 du Code monétaire et financier [5]	26 mois	S'agissant des augmentations de capital : 8 600 000 euros [1] [2] (soit environ 10 % du capital) S'agissant des émissions de titres de créances : 500 millions d'euros [3]
25e résolution	Délégation de compétence donnée au Conseil d'administration en vue d'augmenter le capital social par émission, avec suppression du droit préférentiel de souscription, d'actions et/ou de titres de capital donnant accès à d'autres titres de capital et/ou donnant doit à l'attribution de titres de créance et/ou de valeurs mobilières donnant accès à des titres de capital à émettre, dans le cadre d'offres au public visées au 1 de l'article L. 411-2 du Code monétaire et financier [1]	26 mois	S'agissant des augmentations de capital : 8 600 000 euros [1] [2] (soit environ 10 % du capital) S'agissant des émissions de titres de créances : 500 millions d'euros [3]
26e résolution	Délégation de compétence donnée au Conseil d'administration en vue d'augmenter le capital social par émission d'actions et/ou de titres de capital donnant accès à d'autres titres de capital et/ou donnant droit à l'attribution de titres de créance et/ou de valeurs mobilières donnant accès à des titres de capital à émettre, en rémunération d'apports en nature dans la limite de 10 % du capital social	26 mois	S'agissant des augmentations de capital : 8 600 000 euros [1] [2] (soit environ 10 % du capital) S'agissant des émissions de titres de créances : 500 millions d'euros [3]
27e résolution	Délégation de compétence donnée au Conseil d'administration en vue d'augmenter le capital social avec suppression du droit préférentiel de souscription par émission d'actions de la Société réservées aux adhérents d'un plan d'épargne entreprise	26 mois	3 % du capital [1] [4]
28e résolution	Délégation de compétence au Conseil d'administration en vue d'augmenter le capital social par émission d'actions avec suppression du droit préférentiel de souscription en faveur d'une catégorie de bénéficiaires déterminée	18 mois	3 % du capital [1] [4]
29e résolution	Autorisation au Conseil d'administration à l'effet d'attribuer gratuitement des actions existantes ou à émettre, en faveur de certains salariés et mandataires sociaux de la Société et de sociétés lui étant liées, avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires	38 mois	2 % du capital [1]

(1) Délégation soumise au plafond global pour les augmentations de capital de 34 460 000 euros (soit environ 40 % du capital social).
(2) Délégation soumise au sous-plafond applicable aux augmentations de capital avec suppression du droit préférentiel de souscription, fixé à 8 600 000 euros (soit environ 10 % du capital social).
(3) Délégation soumise au plafond global pour les émissions de titres de créances de 500 millions d'euros.
(4) Le montant nominal maximal global des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées en vertu de cette délégation s'impute sur le montant du plafond global des opérations réservées aux salariés fixé à 2 580 000 euros.
(5) En ce compris à l'effet de rémunérer des titres qui seraient apportés à la Société dans le cadre d'une offre publique d'échange initiée par la Société (article L. 22-10-54 du Code de commerce).

7.5.2 Instruments financiers non représentatifs du capital

À la date du présent document d'enregistrement universel, la Société n'a émis aucun titre non représentatif de capital.

7.5.3 Actions détenues par la Société ou pour son compte propre

Au 31 décembre 2025, dans le cadre de son contrat de liquidité, la Société ne détient aucune action propre.

Concernant les programmes de rachat d'actions, voir le paragraphe 7.4.6 « Pouvoirs du Conseil d'administration en matière d'augmentation de capital et de rachat d'actions » du présent document d'enregistrement universel.

7.5.4 Autres titres donnant accès au capital

À la date du présent document d'enregistrement universel, la Société n'a émis aucun titre donnant accès au capital autre que les actions ordinaires et les actions gratuites de performance décrites au paragraphe 7.1.6 du présent document d'enregistrement universel.

7.5.5 Évolution du capital de la Société au cours des trois derniers exercices

(En euros)	Nature de l'opération	Capital avant opération	Nombre d'actions avant opération
1er janvier 2021	Augmentation de capital	82 687 319	75 170 290 actions réparties entre : 74 117 760 actions ordinaires 1 052 530 actions de préférence de catégorie G
17 avril 2021	Augmentation de capital	83 179 393	75 617 630 actions réparties entre : 74 718 139 actions ordinaires 899 491 actions de préférence de catégorie G
1er janvier 2022	Augmentation de capital	83 267 404	75 697 640 actions réparties entre : 74 798 149 actions ordinaires 899 491 actions de préférence de catégorie G
1er janvier 2023	Augmentation de capital	83 871 608,70	76 246 917 actions réparties entre : 75 535 338 actions ordinaires 711 579 actions de préférence de catégorie G
1er janvier 2025	Augmentation de capital	83 917 383	76 288 530 actions réparties entre : 75 591 187 actions ordinaires 697 343 actions de préférence de catégorie G

Nombre d'actions après opération	**Prix unitaire par actions** *(en €)*	**Valeur nominale** *(en €)*	**Capital après opération** *(en €)*
75 617 630 actions réparties entre : 74 718 139 actions ordinaires 899 491 actions de préférence de catégorie G	Actions ordinaires : 1,10 Actions de préférence de catégorie G : 1,10	Actions ordinaires : 1,10 Actions de préférence de catégorie G : 1,10	83 179 393
75 697 640 actions réparties entre : 74 798 149 actions ordinaires 899 491 actions de préférence de catégorie G	Actions ordinaires : 1,10 Actions de préférence de catégorie G : 1,10	Actions ordinaires : 1,10 Actions de préférence de catégorie G : 1,10	83 267 404
76 246 917 actions réparties entre : 75 535 338 actions ordinaires 711 579 actions de préférence de catégorie G	Actions ordinaires : 1,10 Actions de préférence de catégorie G : 1,10	Actions ordinaires : 1,10 Actions de préférence de catégorie G : 1,10	83 871 608,70
76 288 530 actions réparties entre : 75 591 187 actions ordinaires 697 343 actions de préférence de catégorie G	Actions ordinaires : 1,10 Actions de préférence de catégorie G : 1,10	Actions ordinaires : 1,10 Actions de préférence de catégorie G : 1,10	83 917 383
78 326 898 actions ordinaires	Actions ordinaires : 1,10	Actions ordinaires : 1,10	86 159 587,80



8.

Annexes

8.1 Présentation de l'émetteur 336

8.2 Informations relatives aux contrôleurs légaux 337

8.3 Informations sur le document d'enregistrement universel 338

8.4 Responsable du document d'enregistrement universel 340

8.4.1 Personne responsable 340

8.4.2 Attestation du responsable 340

8.5 Documents accessibles au public 340

Tables de concordance 341

8.1 Présentation de l'émetteur

Dénomination sociale : SMCP SA

Objet social :

La Société a pour objet, en France et à l'étranger :

- l'achat, la souscription, la détention, la gestion, la cession ou l'apport d'actions ou autres valeurs mobilières dans toutes sociétés et entreprises françaises et étrangères ;
- toutes prestations de services et de conseil en matière de ressources humaines, informatique, management, communication financière, juridique, marketing, et achat envers ses filiales et participations directes ou indirectes ;
- la détention, la gestion et la disposition de marques et brevets ;
- les activités d'une société de financement de groupe, et en tant que telle, la fourniture de tout type d'assistance financière à des sociétés faisant partie du groupe de sociétés auquel la Société appartient, notamment toutes opérations autorisées au titre de l'article L. 511-7 3° du Code monétaire et financier ;
- l'octroi de toutes cautions ou garanties au profit de toute société de son groupe ou dans le cadre de l'activité normale de toutes sociétés de son groupe ;
- et généralement, toutes opérations, qu'elles soient financières, commerciales, industrielles, civiles, immobilières ou mobilières pouvant se rattacher directement ou indirectement à l'objet social ci-dessus et à tous objets similaires ou connexes, ainsi que de nature à favoriser directement ou indirectement le but poursuivi par la Société, son extension, son développement et son patrimoine social.

D'une manière générale, la Société est autorisée à effectuer toute opération commerciale, industrielle et financière qui pourrait se rattacher directement ou indirectement, en totalité ou en partie, à l'objet ci-dessus ou à toutes activités connexes ou complémentaires ou susceptibles de contribuer à son extension ou à son développement.

Lieu et immatriculation : Registre du commerce et des sociétés de Paris, numéro 819 816 943.

Identifiant d'entité juridique (LEI) : 96950034TTGHHKKEN547

Capital social : 86 159 587,80 euros

Date de constitution et durée : 20 avril 2016, pour une durée de 99 ans, sauf dissolution anticipée ou prorogation sur décision collective des associés conformément à la loi et aux statuts.

Date de commencement de l'exercice comptable : 1er janvier

Siège social : 49, rue Étienne-Marcel, 75001 Paris, France, Tél. +33 1 55 80 51 00.

Site Internet : www.smcp.com

Forme juridique et législation applicable : Société anonyme de droit français.

8.2 Informations relatives aux contrôleurs légaux

Commissaires aux comptes titulaires

Grant Thornton
29, rue du Pont
92200 Neuilly-sur-Seine

Représenté par M. Lionel Cudey

L'Assemblée générale des actionnaires de la Société du 9 juin 2022 a désigné le cabinet Grant Thornton en qualité de co-commissaire aux comptes titulaire de la Société, pour une durée de six ans, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2027.

Grant Thornton est membre de la Compagnie régionale des commissaires aux comptes de Versailles.

Deloitte & Associés
6, place de la Pyramide
92908 Paris-la-Défense

Représenté par Mme Bénédicte Sabadie

L'Assemblée générale des actionnaires de la Société du 21 juin 2023 a renouvelé le mandat du cabinet Deloitte & Associés en qualité de co-commissaire aux comptes titulaire de la Société, pour une durée de six ans, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2028.

Deloitte & Associés est membre de la Compagnie régionale des commissaires aux comptes de Versailles.

8.3 Informations sur le document d'enregistrement universel

Hormis dans le chapitre 6 « États financiers » où ils sont exprimés en millions d'euros avec une décimale, les montants présentés dans ce document d'enregistrement universel sont généralement exprimés en millions d'euros et arrondis au million le plus proche. De façon générale, les valeurs présentées 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.

Les informations financières présentées sont extraites du chapitre 5 « Analyse de l'activité et perspectives » et des comptes consolidés de SMCP de l'exercice 2025 préparés conformément aux normes IFRS, présentés avec leurs annexes au chapitre 6 « États financiers ».

Références et définitions

Sauf mention contraire, toutes les références mentionnées ci-après correspondent aux éléments suivants :

- les termes **« Groupe », « Société »** ou **« SMCP »** concernent la Société, ses filiales et ses participations ;
- la zone **« EMEA »** regroupe les activités dans les pays européens à l'exception de la France, au Moyen-Orient, ainsi qu'en Asie centrale ;
- la zone **« Amérique »** regroupe les États-Unis, le Canada et le Mexique ainsi que, plus marginalement, certains pays d'Amérique du Sud ;
- la zone **« APAC »** regroupe les activités des différents marchés en Asie Pacifique, en Océanie et en Inde ;
- les données relatives aux **ouvertures de points de vente** par le Groupe sur une période considérée sont présentées sur une base nette des fermetures de points de vente sur cette même période ;
- les données relatives au **chiffre d'affaires réalisé sur Internet** incluent le chiffre d'affaires réalisé par les partenaires.

Incorporation par référence

Les états financiers consolidés de la Société pour l'exercice clos le 31 décembre 2025 ont fait l'objet d'un audit. Les rapports d'audit des commissaires aux comptes figurent aux paragraphes 6.1.3 et 6.2.3 du présent document d'enregistrement universel.

En application de l'article 19 du règlement (UE) 2017/1129, les éléments suivants ont été incorporés par référence dans le document d'enregistrement universel 2025 :

- les comptes consolidés et annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2024 présentés aux paragraphes 6.1.1, 6.1.2, 6.2.1 et 6.2.2 et les rapports des commissaires aux comptes afférents présentés aux paragraphes 6.1.3 et 6.2.3 du document d'enregistrement universel n° D.25-0274 déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 16 avril 2025 (https://www.smcp.com/app/uploads/2025/05/smcp-urd2024-fr-mel-25-05-23.pdf) ;
- les paragraphes 5.3 « Cash-flow et flux de trésorerie » et 5.4 « Structure financière » du document d'enregistrement universel n° D.25-0274 déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 16 avril 2025 (https://www.smcp.com/app/uploads/2025/05/smcp-urd2024-fr-mel-25-05-23.pdf) ;
- les comptes consolidés et annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2023 présentés aux paragraphes 4.1.1, 4.1.2, 4.2.1 et 4.2.2 et les rapports des commissaires aux comptes afférents présentés aux paragraphes 4.1.3 et 4.2.3 du document d'enregistrement universel n° D.24-0249 déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 5 avril 2024 (https://www.smcp.com/app/uploads/2024/04/smcp-document-denregistrement-universal-2023.pdf) ; et
- les paragraphes 3.3 « Cash-flow et flux de trésorerie » et 3.4 « Structure financière » du document d'enregistrement universel n° D.24-0249 déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 5 avril 2024 (https://www.smcp.com/app/uploads/2024/04/smcp-document-denregistrement-universal-2023.pdf).

Informations prospectives

Le présent document d'enregistrement universel contient des indications sur les perspectives et axes de développement du Groupe. Ces indications sont parfois identifiées par l'utilisation du futur, du conditionnel et de termes à caractère prospectif tels que « considérer », « envisager », « penser », « avoir pour objectif », « s'attendre à », « entend », « devrait », « ambitionner », « estimer », « croire », « souhaite », « pourrait », ou, le cas échéant, la forme négative de ces termes, ou toute autre variante ou terminologie similaire. Ces informations ne sont pas des données historiques et ne doivent pas être interprétées comme des garanties que les faits et données énoncés se produiront. Ces informations sont fondées sur des données, hypothèses et estimations considérées comme raisonnables par le Groupe. Elles sont susceptibles d'évoluer ou d'être modifiées en raison des incertitudes liées notamment à l'environnement économique, financier, concurrentiel et réglementaire. En outre, la matérialisation de certains risques décrits au chapitre 2 « Facteurs de risques et contrôle interne » du présent document d'enregistrement universel est susceptible d'avoir un impact sur les activités, la situation et les résultats financiers du Groupe et sa capacité à réaliser ses objectifs.

Informations provenant de tiers, déclarations d'experts et déclarations d'intérêts

Le présent document d'enregistrement universel contient des informations relatives aux marchés du Groupe et au positionnement du Groupe sur ces marchés, notamment des informations sur la taille de ces marchés, leur environnement concurrentiel et leurs dynamiques, ainsi que leurs perspectives de croissance. Outre les estimations réalisées par le Groupe, les éléments sur lesquels le Groupe fonde ses déclarations proviennent d'études et statistiques publiées par des tiers indépendants et des organisations professionnelles et de données publiées par les concurrents, fournisseurs et clients du Groupe.

À la connaissance de la Société, les informations extraites de sources de parties tierces ont été fidèlement reproduites dans le présent document d'enregistrement universel et aucun fait n'a été omis qui rendrait ces informations inexactes ou trompeuses. Certaines informations contenues dans le présent document d'enregistrement universel sont des informations publiquement disponibles que la Société considère comme fiables, mais qui n'ont pas été vérifiées par un expert indépendant. La Société ne peut garantir qu'un tiers utilisant des méthodes différentes pour réunir, analyser ou calculer des données sur les segments d'activités obtiendrait les mêmes résultats. La Société ne prend aucun engagement, ni ne donne aucune garantie quant à l'exactitude de ces informations. Il est possible que ces informations se révèlent erronées ou ne soient plus à jour. Le Groupe ne prend aucun engagement de publier des mises à jour de ces informations, excepté dans le cadre de toute obligation légale ou réglementaire qui lui serait applicable.

8.4 Responsable du document d'enregistrement universel

8.4.1 Personne responsable

Mme Isabelle Guichot, Directeur Général de SMCP SA.

8.4.2 Attestation du responsable

« J'atteste, que les informations contenues dans le présent document d'enregistrement universel sont, à ma connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

J'atteste, à ma connaissance, que les comptes annuels et les comptes consolidés sont établis conformément au corps de normes comptables applicable et donnent une image fidèle et honnête des éléments d'actif et de passif, de la situation financière et des profits ou pertes de la Société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et que le rapport de gestion du Groupe, dont la table de concordance figure en page 344 du présent document d'enregistrement universel, présente un tableau fidèle de l'évolution et des résultats de l'entreprise et de la situation financière de la Société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation ainsi qu'une description des principaux risques et incertitudes auxquels elles sont confrontées et qu'il a été établi conformément aux normes d'information en matière de durabilité applicables. »

Le 9 avril 2026

Mme Isabelle Guichot

Directeur Général de SMCP SA

8.5 Documents accessibles au public

Les statuts, procès-verbaux des Assemblées générales et autres documents sociaux de la Société peuvent être consultés au siège social de la Société.

L'information réglementée au sens des dispositions du règlement général de l'Autorité des marchés financiers est également disponible sur le site Internet de la Société (www.smcp.com).

Table de concordance du document d'enregistrement universel

Informations requises par les Annexes 1 et 2 du règlement délégué (CE) n° 2019/980 du 14 mars 2019 conformément au schéma du document d'enregistrement universel.

Rubriques		Pages	Chapitres
1.	**Personnes responsables, informations provenant de tiers, rapports d'experts et approbation de l'autorité compétente**		
1.1	Identité des personnes responsables	340	8
1.2	Déclaration des personnes responsables	340	8
1.3	Nom, adresse, qualifications des personnes intervenant en qualité d'experts	N/A	N/A
1.4	Attestation relative aux informations provenant d'un tiers	N/A	N/A
1.5	Déclaration relative à l'autorité compétente	1	-
2.	**Contrôleurs légaux des comptes**		
2.1	Identité des contrôleurs légaux	337	8
2.2	Changement éventuel	N/A	N/A
3.	**Facteurs de risque**	**40 et s.**	**2**
4.	**Informations concernant la Société**		
4.1	Raison sociale et nom commercial	336	8
4.2	Lieu, numéro d'enregistrement et LEI	336	8
4.3	Date de constitution et durée de vie	336	8
4.4	Siège social et forme juridique, législation régissant les activités, pays d'origine, adresse et numéro de téléphone du siège statutaire, site web avec un avertissement	336	8
5.	**Aperçu des activités**		
5.1	Principales activités	9 et s.	1
5.2	Principaux marchés	10 et s. ; 17 et s.	1
5.3	Événements importants	232 et s. ; 259 ; 297 ; 305 et s.	5 ; 6
5.4	Stratégie et objectifs	8 et s. ; 28 et s. ; 70 et s.	1 ; 3
5.5	Dépendance à l'égard des brevets, licences, contrats et procédés de fabrication	57	2
5.6	Déclaration sur la position concurrentielle	23 et s.	1
5.7	Investissements		
5.7.1	*Investissements importants réalisés*	243	5
5.7.2	*Principaux investissements en cours ou à venir*	243	5
5.7.3	*Informations sur les co-entreprises et entreprises associées*	297 ; 309	6
5.7.4	*Questions environnementales pouvant influer sur l'utilisation des immobilisations corporelles*	83 ; 154	3
6.	**Structure organisationnelle**		
6.1	Description sommaire du Groupe	30 et s.	1
6.2	Liste des filiales importantes	32 ; 297	1 ; 6
7.	**Examen de la situation financière et du résultat**		
7.1	Situation financière		
7.1.1	*Évolution des résultats et de la situation financière comportant des indicateurs clés de performance de nature financière et, le cas échéant, extra-financière*	72 ; 233 et s. ; 252 et s.	3 ; 5 ; 6
7.1.2	*Prévisions de développement futur et activités en matière de recherche et de développement*	248	5
7.2	Résultat d'exploitation		
7.2.1	*Facteurs importants, événements inhabituels, peu fréquents ou nouveaux développements*	232 ; 259 ; 297 ; 305 et s.	5 ; 6
7.2.2	*Raisons des changements importants du chiffre d'affaires net ou des produits nets*	232 et s. ; 259 et s. ; 305 et s.	5 ; 6

Rubriques		Pages	Chapitres
8.	**Trésorerie et capitaux**		
8.1	Informations sur les capitaux	242 et s. ; 285 et s. ; 303 et s.	5 ; 6
8.2	Flux de trésorerie	242 et s. ; 255	5 ; 6
8.3	Besoins de financement et structure de financement	252 et s. ; 285 et s.	5 ; 6
8.4	Restrictions à l'utilisation des capitaux	247	5
8.5	Sources de financement attendues	N/A	N/A
9.	**Environnement réglementaire**		
	Description de l'environnement réglementaire pouvant influer sur les activités de la Société	33 et s. ; 56	1 ; 2
10.	**Informations sur les tendances**		
10.1	Description des principales tendances et de tout changement significatif de performance financière du Groupe depuis la fin du dernier exercice	248	5
10.2	Événements susceptibles d'influer sensiblement sur les perspectives	22 ; 259 ; 297 ; 307	1 ; 6
11.	**Prévisions ou estimations du bénéfice**		
11.1	Prévisions ou estimations du bénéfice publiées	248	5
11.2	Déclaration énonçant les principales hypothèses de prévisions	248	5
12.	**Organes d'administration, de direction, de surveillance et de Direction Générale**		
12.1	Informations concernant les membres	172 ; 177 et s.	4
12.2	Conflits d'intérêts	199	4
13.	**Rémunération et avantages**		
13.1	Rémunération versée et avantages en nature	200 et s. ; 296	4 ; 6
13.2	Provisions pour pensions, retraites et autres avantages du même ordre	287 et s. ; 306	6
14.	**Fonctionnement des organes d'administration et de direction**		
14.1	Date d'expiration des mandats	177 et s.	4
14.2	Contrats de service liant les membres des organes d'administration, de direction ou de surveillance à la Société	228 et s.	4
14.3	Informations sur les Comités d'audit et de rémunérations	195 et s.	4
14.4	Déclaration de conformité au régime de gouvernement d'entreprise en vigueur	174	4
14.5	Modifications futures potentielles sur la gouvernance d'entreprise	44 ; 198 ; 319	2 ; 4 ; 7
15.	**Salariés**		
15.1	Nombre de salariés	121 et s. ; 295	3 ; 6
15.2	Participations et stock-options	207 et s. ; 307 et s. ; 322 et s.	4 ; 6 ; 7
15.3	Accord prévoyant une participation des salariés dans le capital	322 et s.	7
16.	**Principaux actionnaires**		
16.1	Actionnaires détenant plus de 5 % du capital	285 ; 321 et s.	6 ; 7
16.2	Existence de droits de vote différents	286; 321	6 ; 7
16.3	Contrôle direct ou indirect	285 ; 318 et s.	6 ; 7
16.4	Accord dont la mise en œuvre pourrait entraîner un changement de contrôle	44	2
17.	**Transactions avec les parties liées**	**228 et s. ; 296 et s.**	**4**
18.	**Informations financières concernant l'actif et le passif, la situation financière et les résultats de la Société**		
18.1	Informations financières historiques		
18.1.1	*Informations financières historiques auditées pour les trois derniers exercices et rapport d'audit*	252 et s. ; 302 et s.	6
18.1.2	*Changement de date de référence comptable*	N/A	N/A
18.1.3	*Normes comptables*	260 ; 305	6
18.1.4	*Changement de référentiel comptable*	N/A	N/A
18.1.5	*Bilan, compte de résultat, variation des capitaux propres, flux de trésorerie, méthodes comptables et notes explicatives*	252 et s. ; 302 et s.	6

Rubriques		Pages	Chapitres
18.1.6	*États financiers consolidés*	252 et s.	6
18.1.7	*Date des dernières informations financières*	252 et s. ; 302 et s.	6
18.2	Informations financières intermédiaires et autres (rapports d'audit ou d'examen le cas échéant)	N/A	N/A
18.3	Audit des informations financières annuelles historiques		
18.3.1	*Audit indépendant des informations financières annuelles historiques*	298 et s. ; 310 et s.	6
18.3.2	*Autres informations auditées*	165 et s.	3
18.3.3	*Informations financières non auditées*	N/A	N/A
18.4	Informations financières *pro forma*	N/A	N/A
18.5	Politique de distribution de dividendes		
18.5.1	*Description de la politique de distribution des dividendes et de toute restriction applicable*	325	7
18.5.2	*Montant du dividende par action*	N/A	N/A
18.6	Procédures administratives, judiciaires et d'arbitrage	57 et s.	2
18.7	Changement significatif de la situation financière	236 ; 305 et s.	5 ; 6
19.	**Informations complémentaires**		
19.1	Informations sur le capital social		
19.1.1	*Montant du capital souscrit, nombre d'actions émises et totalement libérées et valeur nominale par action, nombre d'actions autorisées*	285 ; 318 et s.	6 ; 7
19.1.2	*Informations relatives aux actions non représentatives du capital*	331	7
19.1.3	*Nombre, valeur comptable et valeur nominale des actions détenues par la Société*	332	7
19.1.4	*Valeurs convertibles, échangeables ou assorties de bons de souscription*	332	7
19.1.5	*Conditions régissant tout droit d'acquisition et/ou toute obligation attaché(e) au capital souscrit, mais non libéré, ou sur toute entreprise visant à augmenter le capital*	321 et s.	7
19.1.6	*Option ou accord conditionnel ou inconditionnel de tout membre du Groupe*	N/A	N/A
19.1.7	*Historique du capital social*	321 et s. ; 332 et s.	7
19.2	Acte constitutif et statuts		
19.2.1	*Registre et objet social*	336	8
19.2.2	*Droits, privilèges et restrictions attachées à chaque catégorie d'actions*	321 et s.	7
19.2.3	*Dispositions ayant pour effet de retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle*	N/A	N/A
20.	**Contrats importants**	**246**	**5**
21.	**Documents disponibles**	**340**	**8**

Table de concordance du rapport de gestion

Rubriques	Textes de référence	Pages	Chapitres
1. Situation et activité de la Société			
Situation de la Société et analyse objective et exhaustive de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la Société, notamment sa situation d'endettement au regard du volume et de la complexité des affaires	Articles L. 232-1, II, L. 233-6 et L. 233-26 du Code de commerce	231 et s.	5
Indicateurs clés de performance de nature financière	Article L.232-1, II, 4°, du Code de commerce	264 et s.	6
Indicateurs clés de performance non financière ayant trait à l'activité spécifique de la Société	Article L.232-1, II, 4°, du Code de commerce	63 et s. ; 72	3
Événements importants survenus entre la date de clôture de l'exercice et la date à laquelle le rapport de gestion est établi	Articles L. 232-1, II et L. 233-26 du Code de commerce	297	6
Succursales existantes	Article L. 232-1, II du Code de commerce	32.	1
Prise de participation dans une Société ayant son siège social en France sur le territoire français	Article L. 233-6 al. 1 du Code de commerce	32	1
Aliénation des participations croisées	Articles L. 233-29, L. 233-30 et R. 233-19 du Code de commerce	N/A	N/A
Évolution prévisible de la situation de la Société et perspectives	Articles L. 232-1, II et L. 233-26 du Code de commerce	231 et s. ; 248	5
Activités en matière de recherche et de développement	Articles L. 232-1, II et L. 233-26 du Code de commerce	57	2
Tableau faisant apparaître les résultats de la Société au cours de chacun des 5 derniers exercices	Article R. 225-102 du Code de commerce	314	6
Informations relatives aux délais de paiement des fournisseurs et des clients	Article D. 441-6 du Code de commerce	243	5
Montant des prêts interentreprises consentis et déclaration du commissaire aux comptes	Articles L. 511-6 et R. 511-2-1-3 du Code monétaire et financier	N/A	N/A
2. Contrôle interne et gestion des risques			
Principaux risques et incertitudes auxquels la Société est confrontée	Article L. 232-1, II, 5° du Code de commerce	39 et s. ; 83	2 ; 3
Risques financiers liés aux effets du changement climatique et présentation des mesures prises pour les réduire	Article L. 22-10-35,1° du Code de commerce	75-76 ; 85-92	3
Principales caractéristiques des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière	Article L. 22-10-35, 2° du Code de commerce	59 et s.	2
Objectifs et politique en matière de couverture de chaque catégorie de transaction et exposition de la Société aux risques de prix, de crédit, de liquidité et de trésorerie. Les indications comprennent l'utilisation par la Société des instruments financiers	Article L. 232-1, II, 5° du Code de commerce	53 et s. ; 58 ; 291 et s.	2 ; 6
Dispositif anticorruption	Loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 dite « Sapin 2 »	59 et s. ; 150-151	2 ; 3
Plan de vigilance et compte rendu de sa mise en œuvre effective	Article L. 225-102-1 du Code de commerce	51 ; 137 et s. ; 140 et s.	2 ; 3

Rubriques	Textes de référence	Pages	Chapitres
3. Actionnariat et capital			
Structure, évolution du capital de la Société et franchissement de seuils	Article L. 233-13 du Code de commerce	30 ; 44 ; 232 ; 259 ; 285 ; 305 ; 317 et s. ; 329 et s.	1 ; 2 ; 5 ; 6 ; 7
Acquisition et cession par la Société de ses propres actions	Article L. 225-111 du Code de commerce	332	7
État de la participation des salariés au capital social	Article L. 225-102 alinéa 1 du Code de commerce	322 et s.	7
Mention des ajustements éventuels pour les titres donnant accès au capital en cas de rachats d'actions ou d'opérations financières	Articles R. 228-90 et R. 228-91 du Code de commerce	N/A	N/A
Informations sur les opérations des dirigeants et personnes liées sur les titres de la Société	Article L. 621-18-2 du Code monétaire et financier	208 ; 323	4 ; 7
Montant des dividendes mis en distribution au titre des 3 derniers exercices	Article 243 *bis* du Code général des impôts	256 ; 325	6 ; 7
4. Rapport de durabilité			
La table de concordance des états de durabilité		158 et s.	3
5. Informations complémentaires requises pour l'établissement du rapport de gestion			
Informations fiscales complémentaires	Articles 223 *quater* et 223 *quinquies* du Code général des impôts	56	2
Injonctions ou sanctions pécuniaires pour des pratiques anticoncurrentielles	Article L. 464-2 du Code de commerce	N/A	N/A
Modifications éventuelles intervenues dans la présentation des comptes annuels	Article L. 232-6 du Code de commerce	N/A	N/A

Table de concordance du rapport sur le gouvernement d'entreprise

Rubriques	Textes de référence	Pages	Chapitres
1. Informations sur les rémunérations			
Politique de rémunération des mandataires sociaux	Article L. 22-10-8, I, alinéa 2 du Code de commerce	200 et s.	4
Rémunération totale et avantages de toute nature versés durant l'exercice ou attribués au titre de l'exercice à chaque mandataire social	Article L. 22-10-9, I, 1° du Code de commerce	213 et s.	4
Proportion relative de la rémunération fixe et variable	Article L. 22-10-9, I, 2° du Code de commerce	200 ; 210 et s.	4
Utilisation de la possibilité de demander la restitution d'une rémunération variable	Article L. 22-10-9, I, 3° du Code de commerce	208	4
Engagements de toute nature pris par la Société au bénéfice de ses mandataires sociaux	Article L. 22-10-9, I, 4° du Code de commerce	201 et s. ; 222 ; 268 et s. ; 295 et s. ; 306 et s.	4 ; 6
Rémunération versée ou attribuée par une entreprise comprise dans le périmètre de consolidation au sens de l'article L. 233-16 du Code de commerce	Article L. 22-10-9, I, 5° du Code de commerce	N/A	N/A
Ratios entre le niveau de rémunération de chaque dirigeant mandataire social et les rémunérations **moyenne** et **médiane** des salariés de la Société	Article L. 22-10-9, I, 6° du Code de commerce	226 ; 227	4
Évolution annuelle de la rémunération, des performances de la Société, de la rémunération moyenne des salariés de la Société et des ratios susvisés au cours des cinq exercices les plus récents	Article L. 22-10-9, I, 7° du Code de commerce	226 ; 227	4
Explication de la manière dont la rémunération totale respecte la politique de rémunération adoptée, y compris dont elle contribue aux performances à long terme de la Société et de la manière dont les critères de performance ont été appliqués	Article L. 22-10-9, I, 8° du Code de commerce	201 et s. ; 213 et s. ; 219 et s.	4
Manière dont a été pris en compte le vote de la dernière Assemblée générale ordinaire prévu au II de l'article L. 225-100 (jusqu'au 31 décembre 2020) puis au I de l'article L. 22-10-34 (à partir du 1er janvier 2021)	Article L. 22-10-9, I, 9° du Code de commerce	227	4
Écart par rapport à la procédure de mise en œuvre de la politique de rémunération et toute dérogation	Article L. 22-10-9, I, 10° du Code de commerce	202 et s.	4
Application des dispositions du second alinéa de l'article L. 225-45 du Code de commerce	Article L. 22-10-9, I, 11° du Code de commerce	N/A	N/A
Attribution et conservation des options par les mandataires sociaux	Article L. 225-185 du Code de commerce	323 et s.	7
Attribution et conservation d'actions gratuites aux dirigeants mandataires sociaux	Articles L. 225-197-1 et L. 22-10-59 du Code de commerce	207 et s. ; 219 et s; 222 et s. ; 307 ; 322 et s.	4 ; 6 ; 7

Rubriques	Textes de référence	Pages	Chapitres
2. Informations sur la gouvernance			
Liste de l'ensemble des mandats et fonctions exercés dans toute société par chaque mandataire social durant l'exercice	Article L. 225-37-4, 1° du Code de commerce	177 et s.	4
Conventions conclues entre un dirigeant ou un actionnaire significatif et une filiale	Article L. 225-37-4, 2° du Code de commerce	199 ; 228 et s.	4
Tableau récapitulatif des délégations en cours de validité accordées par l'Assemblée générale des actionnaires en matière d'augmentation de capital	Article L. 225-37-4, 3° du Code de commerce	329 et s.	7
Modalités d'exercice de la Direction Générale	Article L. 225-37-4, 4° du Code de commerce	175 et s.	4
Composition, conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil	Article L. 22-10-10-1° du Code de commerce	177 et s. ; 187 et s.	4
Application du principe de représentation équilibrée des femmes et des hommes au sein du Conseil	Article L. 22-10-10-2° du Code de commerce	172 ; 173 ; 187 ; 191	4
Éventuelles limitations que le Conseil d'administration apporte aux pouvoirs du Directeur Général	Article L. 22-10-10-3° du Code de commerce	175 et s.	4
Référence à un code de gouvernement d'entreprise et application du principe *comply or explain*	Article L. 22-10-10-4° du Code de commerce	174	4
Modalités particulières de la participation des actionnaires à l'Assemblée générale	Article L. 22-10-10-5° du Code de commerce	325	7
Procédure d'évaluation des conventions courantes et sa mise en œuvre	Article L. 22-10-10-6° du Code de commerce	228	4
3. Informations susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique d'achat ou d'échange	Article L. 22-10-11 du Code de commerce		
Structure du capital de la Société		318 et s. ; 326 ; 331	7
Restrictions statutaires à l'exercice des droits de vote et aux transferts d'actions ou clauses des conventions portées à la connaissance de la Société en application de l'article L. 233-11 du Code de commerce		326	7
Participations directes ou indirectes dans le capital de la Société dont elle a connaissance en vertu des articles L. 233-7 et L. 233-12 du Code de commerce		326	7
Liste des détenteurs de tout titre comportant des droits spéciaux et la description de ceux-ci		326	7
Accords entre actionnaires dont la Société a connaissance et qui peuvent entraîner des restrictions au transfert d'actions et à l'exercice des droits de vote		199 ; 327	4 ; 7
Règles applicables à la nomination et au remplacement des membres du Conseil d'administration ainsi qu'à la modification des statuts de la Société		187 ; 325	4 ; 7
Pouvoirs du Conseil d'administration, en particulier en ce qui concerne l'émission ou le rachat d'actions		327 et s.	7
Accords conclus par la Société qui sont modifiés ou prennent fin en cas de changement de contrôle de la Société, sauf si cette divulgation, hors les cas d'obligation légale de divulgation, portait gravement atteinte à ses intérêts		328	7
Accords prévoyant des indemnités pour les membres du Conseil d'administration ou les salariés, s'ils démissionnent ou sont licenciés sans cause réelle et sérieuse ou si leur emploi prend fin en raison d'une offre publique d'achat ou d'échange		209 ; 210 ; 328	4 ; 7

Table de concordance du rapport financier annuel

Rubriques	Textes	Pages	Chapitres
	L. 451-1-2 du Code monétaire et financier ; L. 222-3 du règlement général de l'AMF		
1. Comptes annuels		302 et s.	6
2. Comptes consolidés		252 et s.	6
3. Rapport de gestion		Voir ci-dessus	
4. Rapport sur le gouvernement d'entreprise		Voir ci-dessus	
5. Déclaration des personnes responsables du rapport financier annuel		340	8
6. Rapports des contrôleurs légaux des comptes sur les comptes sociaux et les comptes consolidés		298 ; 310	6



Ce document est imprimé en France par un imprimeur certifié Imprim'Vert sur un papier certifié PEFC issu de ressources contrôlées et gérées durablement.

Conception & réalisation Labrador Transparency +33 (0)1 53 06 30 80

Sandro
Maje
Claudie Pierlot
Fursac

SMCP

SMCP
49, rue Étienne Marcel
75001 Paris

+33 1 55 80 51 00

Direction des relations investisseurs :
investor-relations@smcp.com

POUR EN SAVOIR PLUS, RETROUVEZ-NOUS SUR :
WWW.SMCP.COM