



Ventes 9 mois 2026

Communiqué - Paris, le 22 octobre 2026

**Performance résiliente sur neuf mois, portée par les régions Amérique et EMEA,
malgré un ralentissement de la consommation au T3**

Chiffre d'affaires de 888 M€ sur les neuf premiers mois, quasi-stable en organique¹ (-0,2%) par rapport à 2025 (896 M€)

- Croissance organique en Amérique (+8,6%) et dans la région EMEA (+5,5%) ; stabilisation des ventes en Asie Pacifique ; France en recul (-10,4%) pénalisée par un contexte de consommation atone et la contraction du réseau de magasins (BHV-SGM)
- Croissance en comparable dans toutes les régions hors France, portée par l'Amérique, permettant une progression des ventes *like-for-like* du Groupe à +0,7%
- Chiffre d'affaires de 291 M€ au troisième trimestre, en recul de -2,0% en organique par rapport au T3 2025 (294 M€)

Maintien de la stratégie stricte de *full-price*, avec une réduction du taux moyen de discount de deux points par rapport à 2025. L'amélioration concerne l'ensemble des régions, grâce au travail continu sur la désirabilité des marques.

Réseau de 1 586 points de vente, quasi-stable au T3 :

- Évolution maîtrisée du réseau retail, combinant ajustements ciblés et opportunités de développement
- Poursuite du développement via nos partenaires dans les marchés existants et ouverture d'un nouveau pays (Arménie)

Confirmation des objectifs 2026, sous réserve d'une absence de dégradation significative des conditions de marché en France

¹ Croissance organique | Toutes références à "la performance organique" dans le présent communiqué correspondent à la croissance du chiffre d'affaires à taux de change et périmètre constants

Isabelle Guichot, Directeur Général de SMCP, commente : « Au troisième trimestre, le Groupe a fait preuve de résilience dans un environnement de consommation toujours difficile dans certaines géographies. Nous sommes particulièrement satisfaits de la bonne dynamique en Amérique et en EMEA, où notre croissance se poursuit malgré une base de comparaison exigeante. En France, notre activité est pénalisée au troisième trimestre par une consommation atone liée notamment à des conditions climatiques anormales, et des effets de périmètre défavorables qui s'atténueront au T4. En Asie Pacifique, nos ventes se stabilisent sur les neuf premiers mois, portées par la bonne dynamique de plusieurs marchés malgré un contexte difficile en Chine continentale. Par ailleurs, nous poursuivons notre stratégie de vente full-price, comme en témoigne une nouvelle amélioration du taux de discount dans toutes nos régions. Dans ce contexte, nous restons pleinement mobilisés, aux côtés de l'ensemble de nos équipes, pour poursuivre notre stratégie et continuer à renforcer la désirabilité de nos marques. »

Chiffre d'affaires

M€	T3 2025	T3 2026	Variation Organique	Variation en données publiées
Chiffre d'affaires par région				
EMEA hors France	110,3	112,6	+2,5%	+2,1%
France	97,1	87,7	-9,7%	-9,7%
Amérique	46,7	49,6	+4,3%	+6,3%
Asie Pacifique	40,4	41,6	-3,3%	+3,0%
Chiffre d'affaires par marque				
Sandro	145,5	147,3	0,0%	+1,2%
Maje	115,7	114,2	-2,4%	-1,3%
Autres marques ²	33,2	30,0	-9,6%	-9,6%
TOTAL	294,4	291,4	-2,0%	-1,0%

M€	9M 2025	9M 2026	Variation Organique	Variation en données publiées
Chiffre d'affaires par région				
EMEA hors France	314,2	330,6	+5,5%	+5,2%
France	304,1	272,4	-10,4%	-10,4%
Amérique	140,2	147,3	+8,6%	+5,1%
Asie Pacifique	137,0	138,1	+0,2%	+0,8%
Chiffre d'affaires par marque				
Sandro	447,7	446,9	+0,5%	-0,2%
Maje	340,0	346,8	+2,6%	+2,0%
Autres marques ¹	107,7	94,7	-12,1%	-12,1%
TOTAL	895,5	888,4	-0,2%	-0,8%

² Marques Claudie Pierlot et Fursac

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR REGION

En **EMEA**, les ventes s'établissent à 331 M€ à fin septembre, en progression organique de +5,5 % par rapport à 2025. Dans un contexte de consommation plus modéré et malgré une base de comparaison particulièrement exigeante au troisième trimestre (T3 2025 +7% en like-for-like vs T3 2024), la région a enregistré une croissance solide, avec une performance à périmètre comparable positive sur plusieurs marchés, notamment en Italie, en Espagne et au Benelux. Cette dynamique reflète la résilience de la demande sur les marchés clés ainsi que l'exécution rigoureuse de la stratégie *full-price*, qui continue de soutenir la désirabilité des marques. Par ailleurs, la tendance concernant l'activité des partenaires reste bien orientée, notamment au Moyen-Orient et en Turquie.

En **France**, le chiffre d'affaires s'élève à 272 M€ sur les neuf premiers mois de l'année, en baisse organique de -10,4% par rapport à 2025, dans un environnement de marché qui s'est dégradé au troisième trimestre. Durant la période, l'activité est restée affectée par un effet de périmètre défavorable lié à la fermeture des corners BHV-SGM en novembre 2025. Paris a néanmoins continué de surperformer les magasins de province, bénéficiant d'une demande plus résiliente et d'une fréquentation touristique soutenue. Les marques Sandro et Maje ont affiché des performances à périmètre comparable en ligne avec les indicateurs de marché. Le Groupe a par ailleurs poursuivi avec rigueur sa discipline commerciale, se traduisant par une réduction de deux points du taux moyen de discount par rapport à 2025.

En **Amérique**, le chiffre d'affaires atteint 147 M€ à fin septembre, en progression organique de +8,6% par rapport à 2025. Au troisième trimestre, la croissance a été portée par une forte progression des ventes *like-for-like* aux États-Unis, bénéficiant d'un trafic soutenu en magasin et de la poursuite de la dynamique digitale, malgré l'impact des fermetures des corners Saks. Le Canada a également poursuivi sa trajectoire positive. Cette performance a été réalisée tout en réduisant de trois points le taux moyen de discount par rapport à 2025. L'activité opérée par nos partenaires *wholesale* et digitaux a en revanche été affectée par un effet de phasage des livraisons entre le S1 2026 et le T3 2026, combiné à une base de comparaison élevée au T3 2025.

En **APAC**, les ventes des neuf premiers mois de l'année (138 M€) sont stables par rapport à 2025 en organique, soutenues par la croissance à périmètre comparable. Au T3 2026, la bonne dynamique observée à Hong Kong, Taïwan, Macao et Singapour a permis de compenser en partie un environnement de consommation dégradé en Chine continentale, qui a pesé sur l'activité. Le Groupe a poursuivi sa gestion rigoureuse des remises, avec une réduction de deux points du taux moyen de discount, tant dans le réseau de magasins que sur les canaux digitaux.

Calendrier financier

18 février 2027 – Publication des résultats de 2026

Une conférence téléphonique et un webcast à destination des investisseurs et des analystes sera tenue, ce jour, par Isabelle Guichot, Directeur Général, et Patricia Huyghues Despointes, Directeur Financier, à partir de 9h00 (heure de Paris). Le support de la présentation sera également disponible sur le site Internet (www.smcp.com), section Finance.

METHODOLOGIE

Sauf mention contraire, les montants sont exprimés en millions d'euros et arrondis à un chiffre après la virgule. De façon générale, les valeurs présentées dans ce communiqué de presse sont arrondies à l'unité la plus proche. Par conséquent, la somme des montants arrondis peut présenter des écarts non significatifs par rapport au total reporté. Par ailleurs, les ratios et écarts sont calculés à partir des montants sous-jacents et non à partir des montants arrondis.

AVERTISSEMENT : DECLARATIONS PROSPECTIVES

Ce communiqué de presse contient certaines informations qui constituent des déclarations prospectives. Ces déclarations prospectives sont fondées sur les anticipations et convictions actuelles de l'équipe dirigeante et sont soumises à un certain nombre de risques et incertitudes, en conséquence desquels les résultats réels pourraient différer sensiblement de ceux énoncés par ces déclarations prospectives. Par conséquent, aucune garantie n'est donnée sur le fait que ces projections se réaliseront ou que les objectifs de résultats seront atteints.

Ces risques et incertitudes incluent ceux présentés et détaillés au Chapitre 2 « Facteurs de risques et contrôle interne » du Document d'Enregistrement Universel de la Société déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 9 avril 2026 et qui est disponible sur le site Internet de SMCP (www.smcp.com)

Ce communiqué de presse n'a pas fait l'objet d'une vérification indépendante. SMCP ne prend aucun engagement ni ne donne aucune garantie sur l'exactitude ou le caractère complet de l'information présentée dans ce communiqué de presse. En aucun cas, SMCP, l'un de ses affiliés ou l'un de ses représentants ne pourra être tenu responsable des conséquences dommageables éventuelles de l'usage qui sera fait de ce communiqué de presse ou de toute information y figurant.

ANNEXES

Répartition des points de ventes par région

Répartition des DOS	T3-25	2025	S1-26	T3-26	Variation T3-26	Variation 2026
<u>Par région</u>						
France	450	424	414	412	-2	-12
EMEA	396	396	400	398	-2	+2
Amérique	168	168	162	162	-	-6
Asie Pacifique	240	239	218	221	+3	-18
<u>Par marque</u>						
Sandro	550	539	519	525	+6	-14
Maje	458	453	438	435	-3	-18
Claudie Pierlot	173	166	166	163	-3	-3
Fursac	73	69	71	70	-1	+1
Total DOS	1 254	1 227	1 194	1 193	-1	-34

Répartition des POS	T3-25	2025	S1-26	T3-26	Variation T3-26	Variation 2026
<u>Par région</u>						
France	450	424	414	412	-2	-12
EMEA	566	565	578	576	-2	+11
Amérique	208	210	206	206	-	-4
Asie Pacifique	427	431	391	392	+1	-39
<u>Par marque</u>						
Sandro	758	746	719	729	+10	-17
Maje	629	624	609	606	-3	-18
Claudie Pierlot	189	184	183	179	-4	-5
Fursac	75	76	78	72	-6	-4
Total POS	1 651	1 630	1 589	1 586	-3	-44
Dont Partenaires	397	403	395	393	-2	-10

À PROPOS DE SMCP

SMCP réunit quatre marques de mode – Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac. Fidèle à un positionnement fort, le Creative Premium, le groupe et ses marques proposent des collections inspirées par l'air du temps, portés par l'exigence et un rapport style-qualité-prix maîtrisé. Présent dans 57 pays, le groupe, dont Isabelle Guichot est Directeur Général, comprend un réseau d'environ 1 600 points de vente dans le monde et une présence digitale forte, sur l'ensemble de ses marchés-clés. Evelyne Chetrite et Judith Milgrom ont fondé respectivement Sandro et Maje à Paris, en 1984 et en 1998 et continuent à en assurer la direction artistique. Claudie Pierlot et Fursac ont été acquises par SMCP respectivement en 2009 et 2019. SMCP est coté sur le marché réglementé d'Euronext (compartiment B, ISIN FR0013214145, Code Mnémonique : SMCP).

CONTACTS INVESTISSEURS/PRESSE

SMCP

Amélie Dernis

+33 (0) 1 55 80 51 00

amelie.dernis@smcp.com

BRUNSWICK

Hugues Boëton +33 (0) 6 79 99 27 15

Tristan Roquet Montegon +33 (0) 6 37 00 52 57

smcp@brunswickgroup.com