

## ACTIVITÉ 9 MOIS 2021

# CHIFFRE D'AFFAIRES : 522,9 M€ (+12,5%) INCLUANT UN REcul CONJONCTUREL ANTICIPÉ AU 3ÈME TRIMESTRE

La Plaine Saint Denis, le 21 octobre 2021 – Showroomprivé (SRP Groupe), acteur européen de premier plan de la vente en ligne à destination de la *Digital Woman*, publie ce jour son chiffre d'affaires du 3ème trimestre et des 9 premiers mois de l'année, arrêté au 30 septembre 2021.

### 3<sup>ème</sup> trimestre en recul de -16,8% par rapport au T3 2020, mais en croissance de +7,8% par rapport au T3 2019

#### Une évolution attendue qui s'explique par :

- Un impact comptable cut-off<sup>1</sup>, sans cet effet le recul trimestriel est limité à -11,1% ;
- Une base de comparaison 2020 exigeante en raison du boost d'activité généré sur l'e-commerce pendant la crise sanitaire, dans un contexte plus normalisé en 2021 ;
- Une offre toujours sélective, mais moins renouvelée en raison des pénuries actuelles et du ralentissement général de la production en 2020, qui diminue momentanément le volume à déstocker chez les marques partenaires en 2021 ;
- Un investissement marketing plus calibré pour tenir compte du contexte et conserver un coût efficient d'acquisition.

#### Les relais de croissance tiennent leurs promesses

- Une très bonne performance de la régie SRP Media durant le 3ème trimestre (+90% par rapport au troisième trimestre 2020) dans la continuité du 1<sup>er</sup> semestre 2021 ;
- Le rebond confirmé de l'activité Voyage et Billetterie (+280% par rapport au troisième trimestre 2020) avec une activité déjà largement supérieure à 2020.

### Un chiffre d'affaires 9 mois toujours dynamique, en croissance de +12,5% sur l'exercice par rapport au chiffre d'affaires 9 mois 2020

#### Performance soutenue par des indicateurs toujours bien orientés :

- 81% du chiffre d'affaires est généré par notre clientèle fidèle;
- Augmentation du chiffre d'affaires par acheteur de +11,5% à 177,1€ par rapport au chiffre d'affaires 9 mois 2020
  - Hausse du panier moyen à 47,8€ sur 9 mois en phase avec la stratégie de « premiumisation » de l'offre
  - Progression du nombre de commandes de 3,2% par rapport au chiffre d'affaires 9 mois 2020

### Perspectives et ambitions confirmées de croissance rentable en 2021

- Forte performance économique enregistrée au premier semestre ;
- Objectif d'EBITDA annuel supérieur à celui atteint en 2020, confirmant les fruits du travail sur la rentabilité du plan de performance 2018-2020 et la robustesse du modèle, malgré le recul conjoncturel attendu du chiffre d'affaires au second semestre ;
- Une trésorerie brute de 95,2 M€ et une trésorerie nette excédentaire de 31,8 M€ au 30 septembre 2021 (hors IFRS 16).

Commentant ce chiffre d'affaires, Thierry Petit et David Dayan, co-fondateurs et co-CEOs de Showroomprivé ont déclaré : « Cela ne surprendra personne, nous avons évolué au 3ème trimestre dans un contexte moins favorable pour l'e-commerce que l'an dernier, avec notamment le retour à une consommation plus importante sur les lieux physiques, qui impacte l'ensemble des acteurs du secteur. L'augmentation de la pénétration de l'e-commerce reste cependant une tendance de fond durable. Nous avons été également impactés par une moindre disponibilité de stocks chez nos marques partenaires en raison des perturbations sur la chaîne de production et d'approvisionnement mondiale. Dans ce contexte, notre chiffre affaires au 3ème trimestre est logiquement en recul, mais reste en croissance par rapport à la même période en 2019. Face à ces perturbations exogènes qui pourraient perdurer encore quelques mois, nous pouvons nous appuyer sur la solidité de notre organisation, nettement plus efficiente et agile qu'il y a 2 ans, grâce au succès du plan de

<sup>1</sup> Il s'agit de la différence de chiffre d'affaires entre le T3 2020 et le T3 2021 liée à des décalages de comptabilisation de commandes d'un trimestre à l'autre.

Performance 2018-2020, sur une structure financière saine avec une trésorerie nette excédentaire et sur de nouveaux relais de croissance fortement contributeurs de profitabilité. Au regard de notre performance sur les neuf premiers mois de l'année, nous sommes confiants pour réaliser un exercice 2021 meilleur que celui de 2020, ce qui renforcera à nouveau les fondamentaux du Groupe et nous placera dans une situation très favorable pour bénéficier d'un contexte économique plus normalisé. »

## CHIFFRE D'AFFAIRES 9 MOIS 2021 ET T3 2021

### Analyse du chiffre d'affaires

	9 mois 2019	9 mois 2020	9 mois 2021	Variation 2019-2021	Variation 2020-2021
<b>Chiffre d'affaires net (millions €)</b>	<b>427,0</b>	<b>464,7</b>	<b>522,9</b>	<b>+22,5%</b>	<b>+12,5%</b>
Chiffre d'affaires internet total	420,3	458,1	518,0	+23,2%	+13,1%
Chiffre d'affaires autres revenus	6,7	6,5	5,0	-25,5%	-23,7%
	T3 2019	T3 2020	T3 2021	Variation 2019-2021	Variation 2020-2021
<b>Chiffre d'affaires net (millions €)</b>	<b>124,9</b>	<b>161,9</b>	<b>134,7</b>	<b>+7,8%</b>	<b>-16,8%</b>
Chiffre d'affaires internet total	121,9	160,0	132,8	+8,9%	-17,0%
Chiffre d'affaires autres revenus <sup>2</sup>	3,0	2,0	1,8	-39,4%	-7,0%

**Le chiffre d'affaires net** du Groupe au troisième trimestre 2021 ressort en repli de -16,8% à 134,7 millions d'euros par rapport au troisième trimestre 2020, avec un chiffre d'affaires internet en baisse de -17,0%, à 132,8 millions d'euros, en raison de deux facteurs :

- Une base de comparaison exigeante :
  - le troisième trimestre 2020 avait connu un rattrapage comptable de chiffre d'affaires (effet cut-off), dû à des livraisons de commandes passées au deuxième trimestre, décalées par le contexte sanitaire, qui amplifie cette base de comparaison déjà exigeante. Ajusté de cet effet, le recul trimestriel s'élève à -11,1% ;
  - L'environnement sanitaire avait eu pour effet de booster le chiffre d'affaires 2020 grâce notamment à des reports de consommation vers l'e-commerce. Le contexte aujourd'hui est moins porteur qu'en 2020 bien que la pénétration de l'e-commerce soit nettement en hausse par rapport à 2019.
- Un facteur conjoncturel, du fait de distorsions dans les approvisionnements mondiaux qui se sont récemment propagés à tous les secteurs, avec pour conséquence une moindre disponibilité des stocks.

Les relais de croissance à forte marge sur lesquels le Groupe entend capitaliser au cours des prochaines années confirment leur potentiel. SRP Media, avec une croissance de 90% au 3ème trimestre par rapport au troisième trimestre 2020, poursuit son fort développement et illustre la capacité du Groupe à monétiser ses actifs puissants. L'activité Voyage et Billetterie rebondit et atteint en quelques mois un chiffre d'affaires déjà supérieur à celui de l'exercice 2020.

En parallèle, le développement de la marketplace, encore peu contributrice, se poursuit dans une phase de test et d'ajustement du modèle, prélude à l'accélération future.

Le chiffre d'affaires des autres activités (déstockage physique d'inventus ou de retour internet) s'élève à 1,8 million d'euros en baisse de 0,2 million d'euros grâce à une gestion plus efficiente des retours qui s'ajoute à la diminution des stocks d'inventus. L'évolution de cette ligne de revenus, non stratégique et peu rémunératrice, sera toujours variable d'un trimestre à l'autre, car elle dépend notamment des opérations ponctuelles de déstockage lancées par le Groupe sur le marché physique.

**Sur les 9 premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires net atteint 522,9 millions d'euros, en croissance de +12,5% par rapport aux 9 premiers mois de 2020** grâce à l'avance prise au premier semestre 2021 (+28,3%), absorbant le repli du troisième trimestre 2021. Les effets durables du repositionnement stratégique du Groupe permettent de faire ressortir le chiffre d'affaires net du troisième trimestre en croissance de +7,8% par rapport au troisième trimestre 2019 et à +23,2% en comparaison des 9 premiers mois de l'année 2019.

<sup>2</sup> Les autres revenus sont constitués de l'ensemble des activités de déstockage physique, aussi bien issues du traitement des retours que de l'écoulement des reliquats de stocks et des activités de SRP Studios.

## Analyse des indicateurs clés de performance

	9 mois 2019	9 mois 2020	9 mois 2021	Variation 2020-2021
<b>Volume d'affaires (GMV)<sup>3</sup></b>	NA	653,8	<b>718,6</b>	+9,7%
<b>Acheteurs cumulés* (en millions)<sup>4</sup></b>	9,5	10,3	<b>11,1</b>	+7,2%
<b>Acheteurs** (en millions)<sup>4</sup></b>	2,6	2,6	<b>2,7</b>	+2,8%
dont acheteurs fidèles***	2,1	2,1	<b>2,2</b>	+4,0%
<i>En % du nombre d'acheteurs total</i>	80%	80%	<b>81%</b>	+1pt
<b>Nombre de commandes (en millions)<sup>4</sup></b>	9,5	9,4	<b>9,9</b>	+6,1%
<b>Chiffre d'affaires par acheteur (IFRS)<sup>4</sup></b>	147,8	158,8	<b>177,1</b>	+11,5%
Nombre moyen de commandes par acheteur	3,6	3,6	<b>3,7</b>	+3,2%
Taille du panier moyen (€)	40,7	44,2	<b>47,8</b>	+8,0%

\* L'ensemble des acheteurs ayant effectué au moins un achat sur la plateforme du Groupe depuis son lancement

\*\* Membre ayant effectué au moins une commande au cours de l'année

\*\*\* Membre ayant effectué au moins une commande au cours de l'année et au moins une commande lors des années précédentes

Le nombre d'acheteurs est en légère progression sur 9 mois, avec un nombre de commandes par acheteur en forte progression à 9,9 millions, ce qui témoigne de la fidélité des clients au site.

Depuis le 1er janvier 2021, le nombre d'acheteurs cumulés a progressé d'environ 0,8 million. Toutefois, l'acquisition de nouveaux acheteurs a ralenti au troisième trimestre, dans un contexte de dépenses marketing plus difficile.

En parallèle, le contexte moins porteur pour l'e-commerce au 3<sup>ème</sup> trimestre a entraîné une diminution du nombre de commandes, expliquant la baisse du chiffre d'affaires sur ce troisième trimestre.

Le chiffre d'affaires par acheteur passe de 158,8 € à 177,1€ sur les 9 premiers mois de l'année. La plus grande sélectivité de l'offre initiée en 2019, puis son enrichissement progressif avec de nouvelles marques partenaires premium, a permis une hausse du panier moyen de 3,6 € sur les 9 premiers mois de l'année à 47,8 € (48,3 € au troisième trimestre).

## PERSPECTIVES

Compte tenu d'une base de comparaison exigeante et des facteurs exogènes pesant sur l'activité à court terme, le Groupe s'attache à maintenir une gestion rigoureuse de ses OPEX avec l'objectif **d'atteindre un EBITDA annuel supérieur à celui généré en 2020**, démontrant la pertinence des actions menées pour améliorer la rentabilité structurelle du groupe et la robustesse du modèle.

Cette performance permettra de consolider une structure financière déjà très solide avec une trésorerie nette largement positive.

Au-delà de cet exercice, grâce au positionnement de son offre, en adéquation avec les attentes de sa cible, Showroomprivé reste parfaitement positionné pour tirer parti à moyen terme, d'une tendance de fond favorable liée à la pénétration croissante et irréversible de l'e-commerce dans les habitudes de consommation. Le Groupe entend ainsi poursuivre activement son développement, au-delà du prochain trimestre, en s'appuyant sur:

- la puissance de sa plateforme soutenue par une base solide de membres;
- la poursuite des actions de renforcement et fidélisation des grandes marques, notamment dans les activités internet, afin d'accroître la part de marché tout en maîtrisant la marge brute ;
- le basculement du modèle d'achats vers le dropshipping ;
- le développement continu de ses relais de croissance, tels que SRP Media, sa Marketplace, SRP Studio et la reprise des activités de billetterie-voyage
- le strict contrôle et l'optimisation continue des OPEX. L'accent est porté sur la gestion du stock, les actions continues de rationalisation de la logistique et la poursuite de la montée en puissance de son entrepôt automatisé.

<sup>3</sup> Le volume d'affaires («GMV») représente, toutes taxes comprises, le montant total de la transaction facturée et inclut donc les ventes Internet brutes, y compris les ventes sur la Marketplace, les autres services et autres revenus.

<sup>4</sup> Hors Beauté Privée

## ÉVOLUTION DE LA GOUVERNANCE

Le Groupe a annoncé ce jour (cf. communiqué disponible sur le site) une évolution prochaine de sa gouvernance.

Thierry Petit a annoncé qu'il quittera ses fonctions opérationnelles à la fin de l'année 2021, tout en conservant son rôle d'administrateur de Showroomprivé en tant que Vice-Président du Conseil d'administration ainsi qu'en tant qu'actionnaire de référence. David Dayan conservera ses fonctions de Président Directeur Général et François de Castelnaud, actuel Directeur Général Finances, sera nommé Directeur Général Délégué avec effet au 1<sup>er</sup> janvier 2022. Ils s'appuieront sur un Comex renouvelé en 2019 et très impliqué dans l'amélioration des performances économiques du Groupe au cours des derniers semestres.

Rejoignez le Cercle des Actionnaires Showroomprivé et bénéficiez d'avantages exclusifs

EN CLIQUANT [ICI](#)

## PROCHAINES INFORMATIONS

Résultats annuels en mars 2022

## DÉCLARATIONS PROSPECTIVES

Ce communiqué de presse ne contient que des informations sommaires et n'a pas pour but d'être détaillé.

Ce communiqué de presse peut contenir de l'information et des déclarations prospectives relatives au Groupe et à ses filiales. Ces déclarations incluent des projections financières et des estimations et leurs hypothèses sous-jacentes, des déclarations par rapport aux plans, aux objectifs et aux attentes vis-à-vis des opérations à venir, des produits et services futurs, et des déclarations vis-à-vis de la performance future. Les déclarations prospectives peuvent être identifiées par les mots « croire », « anticiper », « objectif » ou des expressions similaires. Bien que le Groupe estime que les attentes reflétées par de telles déclarations prospectives soient raisonnables, les investisseurs et les actionnaires du Groupe sont avertis du fait que l'information et les déclarations prospectives sont soumises à de nombreux risques et incertitudes, nombre desquels sont difficiles à prévoir et généralement hors du contrôle du Groupe, ce qui pourrait impliquer que les résultats et les événements effectifs diffèrent significativement et défavorablement de ceux communiqués, sous-entendus ou indiqués par cette information et ces déclarations prospectives. Ces risques et incertitudes comprennent ceux qui sont développés ou identifiés dans les documents déposés ou devant être déposés à l'Autorité des marchés financiers par le Groupe (notamment ceux détaillés au chapitre 3 du document d'enregistrement universel de la Société). Le Groupe ne prend aucun engagement de publier des mises à jour des informations prospectives, que ce soit à la suite de nouvelles informations, à des événements futurs ou à tout autre élément.

## À PROPOS DE SHOWROOMPRIVE.COM

Showroomprivé.com est un acteur européen de la vente événementielle en ligne, innovant et spécialisé dans la mode. Showroomprivé propose une sélection quotidienne de plus de 3 000 marques partenaires sur ses applications mobiles ou son site Internet en France et dans six autres pays.

Coté sur le marché Euronext Paris (code : SRP), Showroomprivé a réalisé en 2020 un volume d'affaires brut TTC<sup>5</sup> de plus de 962 millions d'euros, et un chiffre d'affaires net de 698 millions d'euros. Le Groupe emploie plus de 950 personnes.

Pour plus d'information : <http://showroomprivégroupe.com>



<sup>5</sup> Le volume d'affaires («GMV») représente, toutes taxes comprises, le montant total de la transaction facturée et inclut donc les ventes Internet brutes, y compris les ventes sur la Marketplace, les autres services et autres revenus

# CONTACTS

## **Showroomprivé**

Sylvie Chan Diaz, Relation Investisseurs  
investor.relations@showroomprive.net

Priscilla Le Minter, Communication  
priscilla.leminter@showroomprive.net  
+33 1 76 21 50 16

## **ACTUS finance & communication**

Grégoire Saint-Marc, Relations Investisseurs  
showroomprive@actus.fr  
+33 1 53 67 36 94

Manon Clairet, Relations Presse  
mclairet@actus.fr  
+33 1 53 67 36 73