

RÉSULTATS DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2024 :

## SHOWROOMPRIVE ACCELERE SES INVESTISSEMENTS POUR SA TRANSFORMATION ET RENFORCE SES MOTEURS DE CROISSANCE POUR PREPARER LE FUTUR

- Showroomprivé enregistre un **volume d'affaires stable** de 499 M€ (+0,1%) sur les six premiers mois de l'année et un recul de son chiffre d'affaires à 318,1 M€ (-4,0%), **impacté par la baisse des volumes** sur les métiers historiques en France.
- **Solide performance des relais de croissance du Groupe** avec une contribution renforcée au chiffre d'affaires : nouvelle **progression soutenue** de l'activité de **The Bradery** (+50,0%), **forte hausse des ventes** sur la Marketplace (+62,8%), du Voyages & Loisirs (+11,7%) et de l'International (+11,2%).
- **EBITDA positif de 1,6 M€** malgré un effet volumes négatif, une moindre contribution de SRP Services et des efforts d'investissements pour soutenir la transformation.
- **Accélération** dans la réalisation des chantiers de la feuille de route ACE avec des premiers résultats attendus sur la fin de la seconde partie de l'année et réaffirmation du **cap stratégique** pour faire face à la volatilité de l'environnement.
- **Impact du déploiement des investissements pour renforcer la croissance rentable dans le futur** principalement en raison de la réévaluation de la dette future d'acquisition du solde des titres de The Bradery au vu de sa performance exceptionnelle : **résultat net de -20,7 M€**

La Plaine Saint Denis, le 25 juillet 2024 – Showroomprivé (SRP Groupe), groupe européen spécialisé dans la vente événementielle, publie ses résultats du premier semestre 2024, clos le 30 juin 2024, arrêtés par le conseil d'administration du 25 juillet 2024.

David Dayan, Co-fondateur et Président-Directeur Général de Showroomprivé, déclare : « Au cours du premier semestre de l'exercice 2024, Showroomprivé a été freiné par la morosité de l'environnement ayant entraîné un trafic et des ventes moins dynamiques. Face à ces aléas, le Groupe réaffirme sa capacité d'adaptation en accélérant l'essor de ses relais de croissance tout en poursuivant les efforts d'optimisation de sa structure de coûts. Le renouvellement d'un fort dynamisme commercial sur les segments stratégiques et le maintien d'un EBITDA positif, malgré d'importants investissements, illustrent la grande agilité de Showroomprivé et sa capacité à naviguer au sein de marchés à faible visibilité. Les performances opérationnelles sont reflétées également par le bon déploiement de notre feuille de route ACE, avec le franchissement des premières étapes de plusieurs chantiers transformants pour le Groupe : rationalisation du réseau logistique, développements marketing et commerciaux et refonte de l'expérience utilisateur sur le site Internet. Ces accomplissements nous rendent pleinement confiants dans notre capacité à concrétiser le potentiel de croissance et de rentabilité du Groupe dans les années à venir. »

**DYNAMISME SOUTENU DES RELAIS DE CROISSANCE ATTÉNUANT LE REPLI DES MÉTIERS TRADITIONNELS****Détails du chiffre d'affaires**

(millions €)	S1 2023	S1 2024	Variation 23-4 (%)
Chiffre d'affaires Internet			
France	264,2	246,3	-6,8%
International	60,2	67,0	+11,2%
<b>Chiffre d'affaires Internet Total</b>	<b>324,4</b>	<b>313,3</b>	<b>-3,4%</b>
Autres revenus	6,9	4,8	-30,7%
<b>Chiffre d'affaires net</b>	<b>331,3</b>	<b>318,1</b>	<b>-4,0%</b>

Comptes consolidés ayant fait l'objet d'une revue limitée

Le chiffre d'affaires ressort en baisse de -4,0% à 318,1 millions d'euros au premier semestre 2024, pénalisé par une diminution des volumes dans un contexte de marché compliqué, marqué par des comportements opportunistes de

consommateurs à la recherche des meilleurs prix. Un contexte difficile touchant l'ensemble du secteur, tel que reflété par les derniers chiffres de la FEVAD faisant état d'un recul de -1,1% des ventes en ligne de produits et de -2,6% des ventes en ligne de produits et services sur les terminaux mobiles en mai 2024. Cette tendance vient s'ajouter aux effets de l'évolution du positionnement priorisant désormais la qualité de l'offre à la quantité, tel que défini dans la feuille de route ACE, impactant de fait momentanément les performances commerciales. Enfin, la météo défavorable ainsi que l'effet de base particulièrement élevé ont contribué à cette tendance.

- **Le pôle Mode** ressort en croissance, soit une surperformance par rapport au marché qui décroît de -7,2% en mai 2024 selon la Fevad. L'activité bénéficie de ventes en Sport & Lifestyle toujours dynamiques, moins cependant qu'au cours des trimestres précédents, en raison de l'effet de base et des achats importants déjà réalisés sur ce type d'articles par les membres. Les contraintes sur le pouvoir d'achat ont pesé sur les autres segments, mais le niveau élevé des stocks chez les marques partenaires devraient néanmoins constituer des opportunités intéressantes pour le second semestre.
- **Le pôle Maison** a connu un début d'exercice très difficile en raison d'un manque d'offre. Une réorganisation a été menée depuis la fin d'année 2023 avec une équipe renouvelée et désormais complète depuis la fin du 2<sup>ème</sup> trimestre 2024, accompagnée d'une refonte des process. Les effets de cette réorganisation commenceront à porter leurs fruits sur le second semestre compte tenu des délais d'implémentation.

Le redressement de **Beauté Privée** se confirme, avec une stabilisation sur le semestre du chiffre d'affaires, matérialisant les premiers effets de la nouvelle proposition de valeur, de la structuration de l'offre et de la réorganisation interne.

Dans un environnement compliqué, **SRP Services** enregistre un recul de son activité de -25%, pénalisé par la baisse du trafic et un ralentissement général des dépenses marketing des marques et des annonceurs. Le pôle a également souffert d'un manque de personnel au premier semestre.

Afin d'optimiser sa stratégie d'approvisionnement tout en diminuant au maximum ses délais de livraison, Showroomprivé a augmenté la part des achats fermes sur la période, capitalisant sur les opportunités offertes par le niveau élevé des stocks des marques. Les achats fermes représentent ainsi 43% des modes de livraison au premier semestre, contre 31% pour le drop shipping et 26% pour les ventes conditionnelles.

Le chiffre d'affaires des autres activités (notamment déstockage physique « wholesale » d'invendus ou de retour Internet) s'élève à 4,2 millions d'euros, en diminution de 1,7 million d'euros.

### **Les relais de croissance identifiés par Showroomprivé confirment pleinement leur potentiel avec une progression continue au sein du mix d'activité pour en représenter une part significative :**

- **The Bradery a réalisé une excellente performance au premier semestre, enregistrant en mai dernier son 2<sup>ème</sup> meilleur mois d'activité depuis sa création.** Le chiffre d'affaires s'établit à 30 millions d'euros, en hausse de +50%. Cette très forte croissance s'accompagne d'un niveau de marge relatif pour le Groupe, attestant de la pertinence économique du modèle, en plus de sa forte attractivité auprès des *Millenials*.
- Le renouvellement régulier des offres sur la **Marketplace** s'est traduit par une hausse de sa GMV (volume d'affaires) de +63%, portée notamment par l'arrivée de marques référentes. La sélectivité accrue de l'offre et des vendeurs sur la Marketplace, ainsi que les investissements, ont permis d'améliorer significativement la qualité de l'expérience client, reflétée par un NPS de 54 sur le dernier mois. Les efforts seront poursuivis au cours des prochains mois avec notamment un lancement prévu à l'International.
- Les investissements marketing et humains réalisés à **l'International portent leurs fruits** avec une progression des ventes de +11%, portée par l'Italie et l'Espagne, les deux zones stratégiques prioritaires sur cet exercice.
- Le pôle Voyages & Loisirs a su consolider ses accords avec les tour-opérateurs pour alimenter une offre de qualité sur sa plateforme malgré une activité sectorielle atone. Ce relais de croissance du Groupe confirme ainsi tout son potentiel avec une croissance de 12% au premier semestre, en nette surperformance par rapport au marché, alors même que sa nouvelle offre retravaillée, Moyen et Long courrier, tarde à pleinement déployer son potentiel. Une ouverture de l'offre à l'international est prévue sur le second semestre.

### **INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE**

	S1 2023	S1 2024	Variation 23-24 en %
<b>Volume d'affaires (GMV)</b>	497,7	498,8	0,1%
<b>Acheteurs cumulés* (en millions)</b>	15,1	16,2	7,1%
<b>Acheteurs** (en millions)</b>	<b>2,4</b>	<b>2,3</b>	-3,5%
dont acheteurs fidèles***	1,9	1,8	-4,4%
<i>En % du nombre d'acheteurs total</i>	80%	79%	-75pts
<b>Nombre de commandes (en millions)</b>	6,1	5,8	-4,0%
<b>Chiffre d'affaires par acheteur (IFRS)</b>	136,0	136,0	0,0%
Nombre moyen de commandes par acheteur	2,5	2,5	-0,6%
Taille du panier moyen	53,7	54,0	0,6%

\* 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

La GMV atteint 498,8 millions d'euros au premier semestre 2024, stable par rapport à la même période de l'exercice précédent.

L'acquisition de nouveaux membres et la conversion en nouveaux acheteurs se sont poursuivies au cours du premier semestre 2024, avec une augmentation des acheteurs cumulés de +7,1% au premier semestre 2024, portant leur nombre à plus 16 millions sur le nouveau périmètre du Groupe. Le nombre d'acheteurs sur la période affiche un très léger repli (-3,5%), comme le taux de clients fidèles qui représentent 79% des acheteurs. Le nombre de commandes a diminué mais le panier moyen a légèrement augmenté à 54,0 €, conduisant à un chiffre d'affaires stable et illustrant la stratégie du Groupe d'organiser des ventes plus qualitatives mais moins nombreuses.

Le Groupe obtient de nouveau des taux record de satisfaction client pendant la période avec un NPS livré de 58% vs. 57% au S1 2023.

## **ACCÉLÉRATION DE LA FEUILLE DE ROUTE ACE AVEC DES PREMIERS EFFETS ATTENDUS DÈS LE SECOND SEMESTRE**

### **Transformation du réseau logistique**

Showroomprivé a entamé un travail de centralisation d'une majeure partie de ses fonctions logistiques sur un nouvel entrepôt exploité en direct, regroupant notamment des activités de délotage, de remise en propre de ses pièces et de stockage et gestion des retours. Ce nouvel entrepôt (Batiment F), qui fonctionnera en duo avec l'entrepôt mécanisé Astrolab, va permettre à Showroomprivé d'avoir une capacité de stockage de plus de 7 millions de pièces de prêt-à-porter répartie sur 4 étages et une superficie de 15 000 m<sup>2</sup> au sol. Cela permettra ainsi une réduction du nombre d'entrepôts gérés de 13 à la fin 2022 à 4 à la fin 2024. Grâce à ce nouvel outil, localisé au nord de Paris, Showroomprivé optimisera également ses coûts de transports avec une massification des flux et la réduction de ces derniers entre ses sites. Il facilitera également la remise en stock directe des retours, réduisant ainsi leurs temps de traitement et les frais associés. L'investissement total dans cet entrepôt, qui s'élève à 16 millions d'euros, sera intégralement dépensé au cours de 2024. Ces investissements commenceront à être amortis dès 2025 et devraient générer plus de 7 millions d'euros d'économies sur les coûts fixes logistiques en année pleine d'ici 2026, dont plus de 70% attendus dès 2025.

### **Revolution des actions marketing grâce à la livraison d'outils à la pointe de l'innovation pour développer une stratégie ciblées et ROIst**

Au premier semestre, Showroomprivé a mis en place de nouveaux processus et de nouveaux outils pour piloter plus efficacement ses investissements marketing et évaluer au plus juste l'impact de ses actions. Ainsi, en vue d'accélérer l'amélioration continue de ses tactiques CRM et de ses campagnes de performance marketing, le Groupe a mis en place une organisation agile et construit un dispositif permettant de systématiser les tests AB en temps réel avec une montée en puissance de ses équipes sur les techniques de mesure en data science. Les équipes ont également développé un modèle d'attribution afin d'avoir une vision objective de l'impact de chaque campagne marketing au jour le jour, ainsi qu'un Media Mix Model pour analyser l'impact relatif de chaque levier sur le long terme, deux outils permettant de construire le plan média le plus efficace à court et à long terme et de piloter au mieux l'efficacité de ses initiatives en temps réel en vue de construire une stratégie marketing plus efficaces et ROIste. Enfin, le Groupe a installé un pilotage de ses investissements de performance marketing basé sur le ROAS (retour sur les dépenses publicitaires) pour veiller à la rentabilité de tous ses investissements publicitaires digitaux, concrétisant un changement de paradigme par rapport à l'approche historique.

Parallèlement à ces initiatives visant à améliorer la rentabilité de ses investissements marketing, Showroomprivé a lancé un chantier ambitieux de construction de programmes d'engagement afin de récompenser la fidélité de ses meilleurs clients avec des avantages, services et réductions dédiés. Un moyen de donner des raisons supplémentaires aux membres de choisir Showroomprivé pour leurs achats.

### **Refonte de l'organisation commerciale**

Showroomprivé a réorganisé ses équipes commerciales pour renforcer les fonctions de prospection afin de dynamiser sa conquête de nouvelles marques. Ces améliorations organisationnelles s'inscrivent dans le cadre d'une refonte plus globale des processus internes pour gagner en simplicité, réactivité et efficacité. L'une des mesures importantes a ainsi consisté à unifier le point de contact en interne pour les marques partenaires afin de mettre en place un accompagnement plus privilégié. Le Groupe travaille également sur une autre Initiative phare, un projet de *Sales Academy* pour renforcer le potentiel des équipes par la formation, et les fidéliser en leur offrant une meilleure lisibilité sur les perspectives d'évolution au sein du Groupe. Une refonte des processus a également été initiée début 2024 afin de fluidifier et optimiser la création de valeur avec, en particulier, la remise de la planification des offres au centre de la stratégie commerciale afin d'optimiser le potentiel de chaque vente. Enfin, des solutions d'IA sont en cours d'étude et pourraient significativement améliorer la productivité des équipes commerciales. Ces changements sont accompagnés d'une politique de recrutement ciblé des talents dans les équipes clés, à l'instar de l'univers de la Maison, où le redressement sera accéléré par l'arrivée récente d'une nouvelle directrice de pôle.

### **Amélioration de l'UX et de l'UI sur le site**

Dans le cadre de sa démarche d'amélioration continue, le Groupe a lancé un vaste chantier pour enrichir l'expérience utilisateur et la qualité de la navigation sur ses plateformes. Une nouvelle interface du site a été lancée en mai, avec un design davantage premium et une navigation facilitée. Cette première évolution sera régulièrement complétée pour atteindre la version définitive visée dans le cadre de la refonte de plateforme début 2025. Notamment, au cours du 3<sup>ème</sup> trimestre, un nouveau moteur de recherche amélioré et développé avec Algolia sera déployé pour apporter davantage de fluidité, d'efficacité et une sélectivité accrue des milliers de produits des ventes événementielles et de la Marketplace.

## **DES RÉSULTATS TRADUISANT LA BAISSÉ DES VOLUMES ET LES INVESTISSEMENTS DE DÉVELOPPEMENT**

(millions €)	S1 2023	S1 2024	Variation (%)
<b>Chiffre d'affaires net</b>	<b>331,3</b>	<b>318,1</b>	<b>-4,0%</b>
Coût des ventes	-203,4	-196,1	-3,6%
<b>Marge brute</b>	<b>127,9</b>	<b>121,9</b>	<b>-4,7%</b>
<i>Marge brute en % du CA</i>	<i>38,6%</i>	<i>38,3%</i>	<i>-27 bps</i>
Marketing*	-10,6	-14,2	+33,9%
<i>en % du CA</i>	<i>3,2%</i>	<i>4,5%</i>	<i>+127 bps</i>
Logistique et traitement des commandes	-78,3	-74,9	-4,3%
<i>en % du CA</i>	<i>23,6%</i>	<i>23,6%</i>	<i>+27 bps</i>
Frais généraux et administratifs	-37,8	-39,7	+5,0%
<i>en % du CA</i>	<i>11,4%</i>	<i>12,5%</i>	<i>+298 bps</i>
<b>Total des charges opérationnelles courantes</b>	<b>126,7</b>	<b>128,9</b>	<b>+1,7%</b>
<i>En % du CA</i>	<i>38,2%</i>	<i>40,5%</i>	
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>1,2</b>	<b>-6,9</b>	<b>n.a.</b>
<b>EBITDA<sup>1</sup></b>	<b>9,3</b>	<b>1,6</b>	<b>-82,8%</b>
Dont France	10,7	1,2	
Dont International	-1,4	0,3	

**Sur le premier semestre 2024, la marge brute s'établit à 121,9 millions d'euros en recul de 6 millions d'euros. Elle ressort à 38,3% du chiffre d'affaires contre 38,6% au premier semestre 2023, reflétant le changement du mix de type de vente, de la montée en puissance du segment Voyages & Loisirs ainsi que de la Marketplace dont seule la marge est comptabilisée dans le chiffre d'affaires, malgré les difficultés de SRP Services.**

**Les charges opérationnelles ressortent à hauteur de 40,5% du chiffre d'affaires contre 38,2% au premier semestre 2023, une hausse contenue témoignant du succès de la politique de strict contrôle des coûts malgré les nombreux**

<sup>1</sup> L'EBITDA, selon la définition utilisée par la Société, est obtenu en éliminant du résultat net : l'amortissement des actifs reconnus à l'occasion d'un regroupement d'entreprises ; les amortissements sur les immobilisations incorporelles et corporelles ; les coûts des paiements en actions, qui comprennent la charge résultant de l'étalement de la juste valeur des actions gratuites et options de souscription d'actions attribuées au personnel ; les autres charges ou produits opérationnels non récurrents, le coût de l'endettement financier net et les autres produits et charges financiers, la charge d'impôt de l'année.

investissements opérationnels réalisés et la poursuite de l'inflation salariale sur la période. La maîtrise des coûts est ainsi répartie de la manière suivante :

- **Hausse des dépenses marketing à 4,5% du chiffre d'affaires** découlant de dépenses d'investissement anticipées sur le premier semestre 2024 mais qui ne seront pas renouvelées au second semestre 2024 ;
- **Baisse des dépenses logistiques en montant et stabilité en pourcentage, soit 23,6% du chiffre d'affaires reflétant la baisse de l'activité** et les premiers effets de la rationalisation continue du réseau logistique permettant de compenser partiellement les effets de l'inflation ;
- **Augmentation des frais généraux et administratifs à 12,5% du chiffre d'affaires sur la période, contre 11,4% au premier semestre 2023, due à des retraitements comptables exceptionnels et aux dépenses ponctuelles engagées pour mener la transformation.**

Prenant en compte ces éléments, l'**EBITDA ressort à 1,6 million d'euros contre 9,3 millions d'euros au premier semestre 2023** traduisant la baisse des volumes sur l'activité événementielle en France et les investissements de développements.

#### Présentation simplifiée du compte de résultat, du résultat opérationnel courant au résultat net

(millions €)	S1 2023	S1 2024	Variation (%)
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>1,2</b>	<b>-6,9</b>	<i>n.a.</i>
Autres produits et charges opérationnels	-4,1	-7,6	44,5%
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>-2,9</b>	<b>-14,5</b>	<i>n.a.</i>
Frais financiers nets	-0,9	-1,1	<i>n.a.</i>
Autres produits et charges financiers	0,8	-4,1	<i>n.a.</i>
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>-3,0</b>	<b>-19,7</b>	<i>n.a.</i>
Impôts sur les bénéfices	+0,3	-0,9	<i>n.a.</i>
<b>Résultat net</b>	<b>-2,7</b>	<b>-20,7</b>	<i>n.a.</i>

\*Conformément aux recommandations de l'AMF, l'amortissement des actifs incorporels reconnus à l'occasion d'un regroupement d'entreprises est présenté en « résultat opérationnel courant » au sein des dépenses marketing.

Les autres produits et charges opérationnels de 7,6 millions d'euros résultent essentiellement d'une quote-part de la dette future d'acquisition, prorata temporis, relative aux titres de la société The Bradery appartenant aux minoritaires

Les frais financiers nets ressortent à -1,1 million d'euros, en légère augmentation par rapport au premier semestre 2023 malgré la forte hausse des taux euribor entre les 2 périodes grâce à une couverture de trésorerie optimisée. Les autres produits et charges financières ressortent à -4,1 millions d'euros impactés par le solde la dette future d'acquisition des titres de la société The Bradery appartenant aux minoritaires. Le Résultat avant impôt s'établit à -19,7 millions d'euros sur la période.

Le Groupe constate par ailleurs une charge d'impôt de 0,9 millions d'euros.

**En conséquence, le résultat net du Groupe ressort à -20,7 millions d'euros au premier semestre 2024.**

#### Présentation simplifiée des éléments du tableau de flux reflétant les investissements stratégiques structurants et l'impact de la baisse de l'activité

(millions €)	S1 2023	S1 2024
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles	-1,8	-8,9
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	-4,3	-7,9
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	-2,7	-2,9
<b>Variation nette de la trésorerie</b>	<b>-8,9</b>	<b>-19,7</b>

**Les flux de trésorerie générés par l'activité ressortent à -8,9 millions euros au premier semestre 2024** contre -1,8 million d'euros lors de la même période en 2023, impactés par le recul de l'activité, la hausse ponctuelles des dépenses opérationnelles, et l'intensité des achats fermes sur des marques à forte notoriété.

Les flux liés aux investissements de développement s'élèvent à -7,9 millions d'euros sur la période, en nette progression par rapport au premier semestre 2023, traduisant les investissements logistiques structurant du Groupe dans son nouvel entrepôt afin de générer d'importantes économies de coûts au cours des prochaines années tout en optimisant les flux.

Les flux de trésorerie liés aux activités de financement ressortent à -2,9 millions d'euros, contre -2,7 millions d'euros au premier semestre 2023, comprenant 1,9 million d'euros de remboursement d'emprunts et de dettes locatives et 0,8 million d'euros d'intérêts financiers.

## **PERSPECTIVES ET AXES DE DÉVELOPPEMENT**

L'environnement reste incertain pour le second semestre. Dans ce contexte, Showroomprivé s'appuiera sur son agilité pour préserver sa rentabilité et sa génération de trésorerie en privilégiant un pilotage fin de ses coûts et de ses stocks. Le Groupe bénéficiera cependant sur la seconde partie de l'année de l'effet croissant des mesures implémentées sur les derniers trimestres.

Fort des premières avancées très positives de la transformation engagée dans le cadre de la feuille de route ACE, Showroomprivé va poursuivre le déploiement de chantiers structurants pour l'avenir :

- En finalisant sa réorganisation logistique et en entamant la refonte de son schéma transport ;
- En poursuivant le développement de ses relais de croissance en particulier l'ouverture des activités Voyages & Loisirs et Marketplace à l'international, les ventes événementielles à l'international et The Bradery ;
- En accélérant le redressement de Beauté privée et de l'univers de la Maison ;
- En poursuivant la premiumisation de son offre avec des outils marketing renforcés par une approche ROIste.

Showroomprivé va également accentuer ses efforts en direction de deux enjeux stratégiques majeurs ou de nombreuses actions ont déjà été engagées :

- Les critères **Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance** (ESG), au sujet desquels le Groupe va approfondir ses réalisations pionnières et conforter son avance dans le cadre d'une stratégie globale dont les contours seront dévoilés à la rentrée.
- **L'Intelligence Artificielle**, où le Groupe est en pointe avec plusieurs projets d'IA Générative et non Générative, qui déboucheront sur une feuille de route qui sera présentée dès la fin de cet exercice.

## **PROCHAINES INFORMATIONS**

Chiffre d'affaires du 3ème trimestre 2024 le 17 octobre 2024

## **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 4 du document de référence 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**

Fondé en 2006, Showroomprivé est un pionnier français du e-commerce, spécialisé dans la vente événementielle de produits de marque à prix réduits. Le Groupe est aujourd'hui présent en France et dans six autres pays. Celui-ci, co-fondé et dirigé par David DAYAN, a réalisé plus d'un milliard d'euros de volume d'affaires en 2023 et emploie 1100 collaborateurs.

Au travers de ses trois sites (Showroomprivé, Beauté privée et The Bradery), le Groupe propose des ventes éphémères offrant des réductions importantes sur des articles de marques de mode, beauté, décoration, voyages & loisirs à ses 21 millions de membres. Le Groupe accompagne 3 000 marques partenaires dans leurs stratégies d'écoulement de stocks, de visibilité et de croissance digitales au travers de ses différents services.

Showroomprivé est coté sur le marché Euronext Paris (code : SRP).

## CONTACTS

### **Showroom privé**

Sylvie Chan Diaz, Relation Investisseurs  
[investor.relations@showroomprive.net](mailto:investor.relations@showroomprive.net)

Anne Charlotte Neau-Julliard  
[Relations.presse@showroomprive.net](mailto:Relations.presse@showroomprive.net)

### **NewCap**

**Communication financière**  
Théo Martin, Louis-Victor Delouvrier

**Relations médias financiers**  
Gaelle Fromaigeat, Nicolas Merigeau  
[showroomprive@newcap.eu](mailto:showroomprive@newcap.eu)

# ANNEXES

## COMPTE DE RÉSULTAT

(milliers €)	S1 2023	S1 2024	Variation
<b>Chiffre d'affaires net</b>	<b>331 321</b>	<b>318 070</b>	<b>-4,0%</b>
Coût des marchandises	-203 412	- 196 128	-3,6%
<b>Marge brute</b>	<b>127 908</b>	<b>121 942</b>	<b>-4,7%</b>
<i>Marge brute en % du chiffre d'affaires</i>	38,6%	38,3%	-30 pb
Marketing <sup>1</sup>	-10 628	- 14 236	<b>+33,9%</b>
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	3,2%	4,5%	+130 pb
Logistique et traitement des commandes	-78 058	- 74 921	<b>-4,0%</b>
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	23,6%	23,6%	0 bp
Frais généraux et administratifs	-38 042	- 39 733	<b>+4,4%</b>
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	11,5%	12,5%	+100 pb
<b>Total des charges opérationnelles</b>	<b>-126 728</b>	<b>-128 889</b>	<b>+1,7%</b>
<b>en % du chiffre d'affaires</b>	<b>38,2%</b>	<b>40,5%</b>	<b>+230 pb</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>1 181</b>	<b>-6 948</b>	<b>n.a.</b>
Autres produits et charges opérationnels	-4 093	-7 413	n.a.
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>-2 913</b>	<b>-14 361</b>	<b>n.a.</b>
Coût de l'endettement financier	-854	-1 069	n.a.
Autres produits et charges financiers	769	-4 314	n.a.
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>-2 997</b>	<b>-19 774</b>	<b>n.a.</b>
Impôts sur les bénéfices	251	-907	n.a.
<b>Résultat net</b>	<b>-2 747</b>	<b>-20 651</b>	<b>n.a.</b>
<b>EBITDA</b>	<b>9 269</b>	<b>1 576</b>	<b>-83,0%</b>
<i>EBITDA en % du chiffre d'affaires</i>	2,8%	0,5%	-230 pb

<sup>1</sup>Conformément aux recommandations de l'AMF, l'amortissement des actifs incorporels reconnus à l'occasion d'un regroupement d'entreprise, est présenté en « résultat opérationnel courant » au sein des dépenses marketing.



## INDICATEURS DE PERFORMANCE<sup>1</sup>

	S1 2023	S1 2024	Variation
<b>INDICATEURS CLIENTÈLE</b>			
Acheteurs cumulés (en milliers)	15 148	16 230	7,1%
<i>France</i>	12 440	13 298	6,9%
<i>International</i>	2 708	2 933	8,3%
Acheteurs (en milliers)	2 386	2 303	-3,5%
<i>France</i>	1 956	1 839	-6,0%
<i>International</i>	430	464	7,9%
Chiffre d'affaires par acheteur (€)	136,0	136,0	0,0%
<i>France</i>	133,9	133,3	-0,5%
<i>International</i>	145,3	146,8	1,1%
<b>COMMANDES</b>			
Nombre de commandes (en milliers)	6 046	5 802	-4,0%
<i>France</i>	4 741	4 343	-8,4%
<i>International</i>	1 305	1 459	11,8%
Nombre moyen de commandes par acheteur	2,5	2,5	-0,6%
<i>France</i>	2,4	2,4	-2,6%
<i>International</i>	3,0	3,1	3,6%
Taille du panier moyen (€)	53,7	54,0	0,6%
<i>France</i>	55,2	56,5	2,2%
<i>International</i>	47,9	46,7	-2,5%

# BILAN

(milliers €)	31/12/2023	30/06/2024
<b>ACTIFS NON COURANTS</b>		
Goodwill	129 912	129 912
Autres immobilisations incorporelles	53 184	53 107
Immobilisations corporelles	24 729	35 097
Autres actifs non-courants	6 660	6 507
<b>Total des actifs non-courants</b>	<b>214 485</b>	<b>224 624</b>
<b>ACTIFS COURANTS</b>		
Stocks et en-cours	89 921	90 778
Clients et comptes rattachés	25 546	24 916
Créances d'impôt	668	513
Autres actifs courants	31 730	28 682
Trésorerie et équivalents de trésorerie	70 574	50 892
<b>Total des actifs courants</b>	<b>218 439</b>	<b>195 781</b>
<b>Total des actifs</b>	<b>432 924</b>	<b>420 404</b>
Emprunts et dettes financières	26 692	35 018
Engagements envers le personnel	874	917
Autres provisions	388	43
Impôts différés	-	-
<b>Total des passifs non-courants</b>	<b>27 954</b>	<b>35 978</b>
Emprunts et concours bancaires (part à moins d'un an)	15 656	20 072
Fournisseurs et comptes rattachés	136 020	126 825
Autres passifs courants	50 486	55 430
<b>Total des passifs courants</b>	<b>202 161</b>	<b>202 327</b>
<b>Total des passifs</b>	<b>230 115</b>	<b>238 305</b>
<b>Total des capitaux propres</b>	<b>202 807</b>	<b>182 101</b>
<b>Total des passifs et des capitaux propres</b>	<b>432 924</b>	<b>420 404</b>

## FLUX DE TRESORERIE

(milliers €)	S1 2023	S1 2024
Résultat net consolidé	- 2 747	- 20 651
<i>Ajustements et autres</i>	10 409	12 753
<b>Capacité d'autofinancement après coût de l'endettement financier net et impôt</b>	<b>7 662</b>	<b>- 7 898</b>
<i>Élim. de la charge (produit) d'impôt</i>	- 251	1 077
<i>Élim. du coût de l'endettement financier net</i>	854	1 039
<i>Incidence de la variation du besoin en fonds de roulement</i>	- 12 647	- 2 886
<b>Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles avant impôt</b>	<b>- 4 382</b>	<b>- 8 668</b>
<i>Impôts payés</i>	2 582	- 261
<b>Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles</b>	<b>- 1 800</b>	<b>- 8 929</b>
Incidence des variations de périmètre	- 3	- 20
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles	- 4 355	- 8 400
Variation des prêts et avances consentis	- 209	13
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	225	494
<b>Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement</b>	<b>- 4 342</b>	<b>- 7 913</b>
Augmentation de capital	-	-
Cession (acquisition) nette d'actions propres	- 182	- 105
Émission d'emprunts	-	-
Remboursement d'emprunts	- 1 703	- 1 943
Intérêts financiers nets versés et autres	- 855	- 809
<b>Flux de trésorerie liés aux activités de financement</b>	<b>- 2 741</b>	<b>- 2 857</b>
Incidence de la variation des taux de change	-	17
<b>Variation de la trésorerie</b>	<b>- 8 883</b>	<b>- 19 683</b>

## RÉCONCILIATION DE L'EBITDA

(milliers €)	S1 2023	S1 2024
<b>Résultat net</b>	<b>-2 747</b>	<b>- 20 651</b>
Amortissement des actifs incorporels reconnus à l'occasion d'un regroupement d'entreprise	818	209
Amortissements et dépréciation des immobilisations	7 271	8 315
<i>Dont amortissement en logistique et traitement des commandes</i>	2 059	2 756
<i>Dont amortissement en frais généraux et administratifs</i>	5 212	5 559
Autres produits et charges financiers	3 324	11 727
Coût de l'endettement financier	854	1 069
Impôt sur les bénéfices	-251	907
<b>EBITDA</b>	<b>9 269</b>	<b>1 576</b>

## RECONCILIATION DE LA GMV

<i>(milliers €)</i>	<b>S1 2023</b>	<b>S1 2024</b>
<b>Ventes Internet brutes</b>	<b>477 619</b>	<b>482 226</b>
Ventes Non-Internet & Autres	20 938	16 608
TVA	-79 915	-77 288
Impact sur la comptabilisation du chiffre d'affaires	-87 176	-103 394
<b>Chiffre d'affaires net IFRS</b>	<b>331 467</b>	<b>318 151</b>

<i>(milliers €)</i>	<b>S1 2023</b>	<b>S1 2024</b>
<b>Ventes Internet brutes</b>	<b>477 619</b>	<b>482 226</b>
Autres services et autres revenus	20 938	16 608
<b>Gross Merchandise Volume</b>	<b>498 557</b>	<b>498 834</b>