

CHIFFRE D'AFFAIRES DES NEUF PREMIERS MOIS  
ET DU 3<sup>ÈME</sup> TRIMESTRE DE L'EXERCICE 2025

- Recul du volume d'affaires<sup>1</sup> (GMV) de 10% et du chiffre d'affaires de 12% sur les 9 premiers mois de 2025
- Au cours du 3<sup>ème</sup> trimestre, recul contenu du volume d'affaires de 7% et du chiffre d'affaires de 9%
- Solidité confirmée de la Marketplace avec une croissance de +43% du volume d'affaires
- Migration sur Shopify pour Showroomprive.com programmée en 2026

**La Plaine Saint Denis, le 16 octobre 2025** – Showroomprivé (SRP Groupe), groupe européen spécialisé dans la vente événementielle, publie son chiffre d'affaires pour les neuf premiers mois de son exercice 2025 et son 3<sup>ème</sup> trimestre clos le 30 septembre 2025.

## ACTIVITÉ

Détails du chiffre d'affaires

(millions €)	9 mois 2024	9 mois 2025	Var 24/25 en %	T3 2024	T3 2025	Var 24/25 en %
<b>Volume d'affaires (GMV)</b>	702,5	630,5	-10,3%	204,2	190,8	-6,6%
CA Internet France	342,7	298,7	-12,8%	96,4	87,6	-9,1%
CA Internet International	97,3	84,8	-12,8%	30,3	26,1	-13,9%
<b>Chiffre d'affaires Internet Total</b>	<b>440,0</b>	<b>383,5</b>	<b>-12,8%</b>	<b>126,7</b>	<b>113,7</b>	<b>-10,3%</b>
Autres revenus	6,7	8,7	30,2%	2,0	3,0	52,3%
<b>Chiffre d'affaires net</b>	<b>446,7</b>	<b>392,3</b>	<b>-12,2%</b>	<b>128,7</b>	<b>116,7</b>	<b>-9,3%</b>

Showroomprivé a réalisé sur les neuf premiers mois de son exercice 2025 un volume d'affaires (GMV) de 630,5 M€, en repli de 10,3%, en comparaison de la période correspondante de 2024. Le chiffre d'affaires est également en recul de 12,2% par rapport à celui cumulé au 30 septembre 2024.

Au 3<sup>ème</sup> trimestre 2025, le volume d'affaires s'élève à 190,8 M€, en diminution de 6,6% en comparaison du 3<sup>ème</sup> trimestre 2024, et le chiffre d'affaires à 116,7 M€, soit une baisse de 9,3%.

Parmi les acteurs de la vente événementielle, Showroomprive consolide sa part de marché à 15,9% au 3<sup>ème</sup> trimestre<sup>2</sup>. Toutefois, le marché des ventes événementielles est impacté par l'arrivée de nouveaux entrants et le changement des habitudes de consommation. Les plateformes internationales à bas prix gagnent en importance et exercent une concurrence forte. La seconde

<sup>1</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>2</sup> Source Fox Intelligence Retail (hors The Bradery)

main continue de prendre des parts de marché, modifiant le comportement d'achat, notamment dans le secteur de la mode.

**Sur les métiers historiques**, le Groupe a globalement constaté une baisse de la GMV au cours du troisième trimestre :

- **Le pôle Mode**, avec un recul de -18,2% de sa GMV, est le plus impacté notamment dans le secteur du sport -27%, du prêt à porter femme -22%, l'enfant et la lingerie -28%. Face à cette situation, le Groupe a mis l'accent sur des équipes commerciales renforcées et renouvelées dont la pleine capacité sera atteinte d'ici octobre.
- **Le pôle Maison** est également touché avec une baisse de -15,9% ; les catégories high-tech et brico-jardin sont celles qui subissent les plus fortes baisses d'activité.
- Avec -14,9% sur la période, le **pôle Beauté** enregistre également un recul d'activité.

**SRP Services** poursuit la croissance retrouvée au dernier trimestre 2024 avec le développement du retail media en remplacement du trade marketing<sup>3</sup> et une commercialisation intensifiée des espaces media disponibles.

**Beauté Privée**, qui va concentrer l'essentiel de l'offre du Groupe sur la verticale Beauté, a poursuivi sa refonte avec en point d'orgue la migration vers Shopify en juillet. Beauté Privée souhaite ainsi développer les flux en dropshipping<sup>4</sup>, augmenter la valeur des paniers moyens, faciliter la gestion des commandes fractionnées (« split order ») et simplifier les évolutions de la plateforme.

Cette migration a fait office de projet pilote pour Showroomprive.com qui a signé le 30 septembre avec Shopify. Des ateliers sont en cours pour anticiper la migration prévue en 2026.

**Sur ses relais de croissance**, le groupe affiche des performances contrastées.

**La Marketplace** (GMV +57,7%) a accéléré sa croissance en cumulant plusieurs actions qui ont un impact positif à la fois sur le volume d'activité et sur la marge. L'ouverture de son activité en Belgique, au Portugal et en Espagne fin 2024 a ainsi contribué à hauteur de 17% à sa croissance. L'arrivée de nouveaux comptes ainsi que le transfert d'autres historiquement présentés en ventes événementielles sont en ligne avec la politique de développement du dropshipping.

L'activité **Voyages & Loisirs** (GMV -20,0%) est quant à elle pénalisée par la baisse du trafic observé sur le site ainsi qu'une diminution de l'offre proposée par certains acteurs majeurs du secteur.

Pour la première année, **le chiffre d'affaires réalisé à l'International** est en baisse de -13,9%. Ce repli s'explique notamment par la faiblesse de l'offre Mode et Maison sur la période.

Concernant **The Bradery** (dont la vente attendue a été annoncée le 15 octobre 2025) :

- sur les neuf premiers mois : GMV de 73 M€ soit + 18,8%, et CA net de 50,3 M€ soit +21,1%
- au 3<sup>ème</sup> trimestre : GMV de 21,7 M€ soit +21,2%, et CA net de 14,7 M€ soit +27,2%

---

<sup>3</sup> Le trade marketing désigne l'ensemble des actions mises en place par Showroomprivé et sa marque partenaire afin d'optimiser les ventes sur le site grâce à une meilleure mise en avant des produits.

<sup>4</sup> Livraison directe du fournisseur

## Dynamique T1-T2-T3 de l'activité

(millions €)		T1	T2	T3	9 mois
Volume d'affaires (GMV)	2025	213,2	226,5	190,8	630,5
	2024	247,3	251,5	204,2	703,0
	var 25/24 (%)	-14%	-10%	-7%	-10%
Chiffre d'affaires net	2025	127,5	148,1	116,7	392,3
	2024	152,6	165,5	128,7	446,8
	var 25/24 (%)	-16%	-11%	-9%	-12%

### Concernant The Bradery :

- GMV en croissance 17% en T1 à 22,6M€, de 19% en T2 à 28,7 M€, de 21% en T3 à 21,7 M€
- CA net en croissance 17% en T1 à 15,8M€, de 20% en T2 à 19,9 M€, de 27% en T3 à 14,7 M€

Pour l'ensemble du groupe, l'évolution de l'activité 2025 vs 2024 des trois premiers trimestres est en léger redressement :

- Pour la GMV, évolution de -14% en T1 à -10% en T2 et -7% en T3
- Pour le Chiffre d'Affaires net, évolution de -16% en T1 à -11% en T2 et -9% en T3

Cette tendance illustre la dynamique commerciale en cours de reconstruction qui s'appuie sur le renforcement des équipes, la mise en place de stratégies de positionnement de la marque, l'optimisation de la production et de la mise en avant des ventes, ainsi que sur l'efficacité des actions marketing et CRM.

## INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

	9 mois 2024	9 mois 2025	Var 25/24 en %
Volume d'affaires (GMV) (millions €)	702,5	630,5	-10,3%
Nouveaux acheteurs (en millions)	0,7	0,7	-4,2%
Acheteurs** (en millions)	2,9	2,8	-4,9%
dont acheteurs fidèles***	2,2	2,1	-5,5%
En % du nombre d'acheteurs total	77%	76%	
Nombre de commandes (en millions)	8,5	6,7	-21,2%
GMV par acheteur (€)	242,9	229,2	-5,6%
Nombre moyen de commandes par acheteur	2,9	2,4	-17,1%
Taille du panier moyen (€)	82,9	94,4	13,9%

\* L'ensemble des acheteurs ayant effectué au moins un achat sur les plates-formes 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

En dépit de la baisse des investissements et d'une offre Mode plus faible sur la période, le Groupe a su attirer 215 000 nouveaux primo-acheteurs sur le 3<sup>ème</sup> trimestre. Le taux d'acheteurs fidèles baisse

de quelques points à 76%. Le nombre de commandes fléchit de -21,2% mais cette évolution est partiellement compensée par une augmentation du panier moyen (+13,9%).

**The Bradery** affiche sur les neuf premiers mois :

- une croissance du nombre de commandes de +22% à 603.000
- une diminution du panier moyen de 3% à 121 €.

### **ÉVÉNEMENTS SURVENUS APRÈS LE 30 SEPTEMBRE 2025 : CESSIION ENVISAGÉE DE LA PARTICIPATION DANS THE BRADERY À SES FONDATEURS**

Showroomprivé a annoncé le 15 octobre 2025 avoir signé une lettre d'intention pour la cession de sa participation de 52,75% dans Symmetric SAS détenteur de la marque The Bradery, à Timothée Linyer et Edouard Caraco, ses deux dirigeants et fondateurs.

La transaction, qui serait réalisée intégralement en numéraire, valorise The Bradery à 43,6 M€ matérialisant le succès rencontré par la plateforme depuis son intégration au sein de Showroomprivé. Pour mémoire, Showroomprivé avait réalisé en mai 2022 l'acquisition d'une participation majoritaire de 51% dans la plateforme spécialiste des ventes événementielles premium principalement à destination des millennials pour 10,2M€.

### **PUBLICATION DU DOCUMENT D'ENREGISTREMENT UNIVERSEL 2024 (CONTENANT LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL 2024) ET DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL 2025 DANS LES PROCHAINES SEMAINES**

La cession envisagée de la participation dans The Bradery va faciliter l'établissement des états financiers 2024 définitifs et leur arrêté par le conseil d'administration ainsi que la publication des comptes semestriels 2025. Le Groupe devrait ainsi mettre à disposition dans les prochaines semaines les comptes semestriels 2025 puis son document d'enregistrement universel (DEU) 2024 (intégrant le rapport financier annuel 2024). Dans la foulée, l'assemblée générale annuelle initialement prévue le 25 juin 2025 serait convoquée et pourrait être tenue en respectant les délais fixés par le tribunal de commerce de Bobigny, avant le 31 décembre 2025.

### **PERSPECTIVES 2025**

Après un 1<sup>er</sup> semestre moins dynamique qu'attendu, le Groupe constate un recul de l'activité moins marqué au 3<sup>ème</sup> trimestre. Afin de nourrir cette dynamique favorable et de retrouver un chemin de croissance rentable, le Groupe va poursuivre ses efforts de redynamisation du « core business » en avançant notamment sur la migration de showroomprive.com vers Shopify. Les équipes resteront en parallèle particulièrement vigilantes sur le contrôle des coûts et l'optimisation des stocks, en s'appuyant sur la rationalisation de l'outil logistique.

## **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

Showroomprivé 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. Depuis sa création en 2006, la société a connu une croissance rapide.

Coté sur le marché Euronext Paris (code : SRP), Showroomprivé a réalisé en 2024 un volume d'affaires brut TTC de près de 1 milliard d'euros, et un chiffre d'affaires net de 650 millions d'euros. Le Groupe est dirigé par David Dayan, fondateur, et emploie plus de 1 100 personnes.

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

## CONTACTS

### **Showroomprivé**

Benoît Jacheet, Directeur Financier Groupe  
[investor.relations@showroomprive.net](mailto:investor.relations@showroomprive.net)

Anthony Alfont

[Relations.presse@showroomprive.net](mailto:Relations.presse@showroomprive.net)

### **NewCap**

#### **Communication financière**

Théo Martin, Louis-Victor Delouvrier

#### **Relations médias financiers**

Gaëlle Fromaigeat, Nicolas Merigeau  
[showroomprive@newcap.eu](mailto:showroomprive@newcap.eu)