

CHIFFRE D'AFFAIRES ET ACTIVITÉ DU 1^{er} SEMESTRE 2026

- **Très forte progression de la Marketplace : volume d'affaires en hausse de +41% au 1^{er} semestre 2026, nouveau moteur de croissance du Groupe**
- **Bonne dynamique de l'activité internationale avec une forte accélération au T2 2026**
- **Retour à la croissance en juin 2026 (+2,2% de GMV vs juin 2025), illustrant l'amélioration progressive de la dynamique commerciale**
- **Un semestre encore pénalisé par un environnement de consommation difficile et par les transformations internes**
- **Volume d'affaires du S1 2026 en amélioration progressive : GMV à -5,2% et chiffre d'affaires à -8,9%, malgré une reprise de la croissance au T2 2026**
- **Panier moyen temporairement affecté (-1,7%) dans un contexte de consommation contrainte, lié aux incertitudes économiques et géopolitiques**

La Plaine Saint Denis, France, le 23 juillet 2026, 18h00 CEST – Showroomprivé (SRP Groupe), groupe européen spécialisé dans la vente événementielle, publie son chiffre d'affaires pour le 1^{er} semestre de son exercice 2026.

David Dayan, Président-Directeur Général de Showroomprivé, déclare : « *Le premier semestre 2026 s'inscrit dans un environnement de consommation toujours très difficile pour l'ensemble du secteur et la poursuite d'une réorganisation interne très profonde, notamment sur les pôles de la Beauté et de la Maison & Tech qui enregistrent un niveau d'activité en-deçà des attentes.*

Malgré ce contexte adverse, nous avons poursuivi la transformation de Showroomprivé avec détermination et observons une reprise de la croissance au cours du deuxième trimestre 2026, une tendance qui semble se confirmer au mois de juillet.

Notre Marketplace continue sa très forte progression (+41%), notre activité internationale est en croissance et la dynamique commerciale s'est améliorée trimestre après trimestre sur des secteurs core qui étaient en recul et que nous améliorons chaque jour.

Les renforcements de nos équipes commerciales, produits et technologiques, associés aux évolutions de notre organisation, doivent nous permettre d'accélérer notre activité au second semestre.

Signe de ma confiance dans la capacité du Groupe à renouer avec une trajectoire de croissance pérenne, j'ai récemment renforcé ma participation au capital de Showroomprivé, convaincu du potentiel de création de valeur du Groupe à moyen et long terme.

Notre ambition n'est pas seulement de retrouver notre niveau d'activité historique. Nous construisons un Groupe plus rentable, plus international, plus technologique et mieux positionné pour créer durablement de la valeur».

REPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES¹

(millions €)	S1 2025	S1 2025	S1 2026	Var 26/25 en %
	Avec The Bradery	Retraité sans The Bradery	Sans The Bradery	Sans The Bradery
Volume d'affaires (GMV)	439,7	387,1	367,0	- 5,2%
CA Internet France	211,1	175,5	154,1	- 12,2%
CA Internet International	58,7	58,7	61,5	+4,7%
Chiffre d'affaires Internet Total	269,8	234,2	215,6	- 7,9%
Autres revenus	5,8	5,8	3,0	- 48,5%
Chiffre d'affaires net	275,6	239,9	218,5	- 8,9%

Le premier semestre 2026 fait ressortir trois dynamiques encourageantes : la très forte progression de la Marketplace, la croissance du chiffre d'affaires International et l'amélioration séquentielle de l'activité entre le T1 et le T2. Néanmoins, dans un environnement de consommation toujours contraint, Showroomprivé a réalisé au 1^{er} semestre de son exercice 2026 un volume d'affaires (GMV) de 367,0 M€, en repli de -5,2%, en comparaison avec la période correspondante de 2025. Le chiffre d'affaires est également en recul de -8,9% par rapport à celui de l'année 2025, un recul plus important que celui de la GMV en raison essentiellement du mix des activités.

Parmi les acteurs des sites événementiels, Showroomprivé développe sa part de marché² à 14,5% au 1^{er} semestre 2026 contre 14,0% au 1^{er} semestre 2025. Le marché des ventes événementielles reste animé par deux tendances majeures : les nouveaux entrants sur ce marché (les plateformes internationales low-cost et les acteurs de la second-main) et les consommateurs qui priorisent leurs dépenses dans un environnement économique incertain.

Sur les métiers historiques, le Groupe a globalement constaté une baisse de la GMV au cours du premier semestre :

- Le **pôle Mode**, avec une croissance de +0,9% de sa GMV, est en légère amélioration vs l'évolution de 2025 (-18% hors The Bradery) porté par les performances de la Chaussure (+19%) et la poursuite du rebond du Prêt-à-porter (+2%) mais toujours en recul sur certains secteurs comme ceux du bijou (-18%) et du sport (-7%). Dans ce contexte contrasté, le Groupe poursuit ses actions en s'appuyant sur des équipes commerciales consolidées par des profils plus seniors et plus expérimentés.
- Le **pôle Maison & Tech** est fortement touché avec une baisse de -24% ; l'électro-ménager (-40%) et le meuble (-17%) subissent les plus fortes baisses, toujours pénalisés par les plateformes à bas prix, la montée du reconditionné et le recul des logements neufs. Un changement managérial est actuellement à l'étude afin d'inverser la tendance dès le second semestre 2026.
- Avec -39,8% sur la période, le **pôle Beauté** enregistre le plus fort recul d'activité.

SRP Services : au premier semestre, le chiffre d'affaires du pôle SRP Services s'inscrit en retrait de -18,3%, notamment impacté par la décroissance des business units Beauté et Maison & Tech. Pour autant, la demande sur la commercialisation d'espaces média reste particulièrement dynamique et le pôle accélère sur de nouveaux relais de croissance innovants destinés à enrichir l'offre proposée aux marques et à soutenir le retour à la croissance de l'activité.

Beauté Privée : la migration vers Shopify constitue une transformation structurante de la plateforme technologique et commerciale. Ses bénéfices sont attendus progressivement, au rythme de l'enrichissement des parcours clients, des outils de pilotage et des activations CRM. Une revue stratégique du pôle est actuellement en cours et des évolutions managériales sont également attendues afin d'assurer l'exécution du plan de

¹ Ces données n'ont pas été auditées et n'ont pas fait l'objet d'une revue par les commissaires aux comptes

² Source Fox Intelligence Retail (hors The Bradery)

redressement. Toutes les actions engagées sur les volets technologiques, commerciaux et clients doivent soutenir une amélioration graduelle de la performance d'ici la fin de l'exercice 2026.

Sur ses relais de croissance, le Groupe affiche des performances encourageantes :

La Marketplace (GMV +40,9% versus S1 2025) a poursuivi sa croissance, depuis les ouvertures en 2024 de la Belgique / Portugal / Espagne, ces pays continuent de contribuer à la croissance en 2026.

Le pôle Voyages & Loisirs poursuit sa stabilisation à +1%, dans un marché nettement baissier en raison du conflit au Moyen-Orient. Notre offre diversifiée dans les expériences en France et dans le moyen-courrier européen a permis de limiter ces impacts.

DYNAMIQUE SEQUENTIELLE DE L'ACTIVITE 2026

(millions €)	T1 2026	T2 2026	Variation T2/T1 (%)
Volume d'affaires (GMV)	179,2	187,9	+4,8%
CA Internet France	75,7	78,4	+3,7%
CA Internet International	28,0	33,4	+19,2%
Chiffre d'affaires Internet Total	103,7	111,9	+7,9%
Autres revenus	1,6	1,4	- 11%
Chiffre d'affaires net	105,3	113,3	+7,6%

Dans le détail du premier semestre, la progression séquentielle de l'activité entre le premier trimestre (T1) et le deuxième trimestre (T2) est positive : +4,8% pour la GMV (+3,5% en 2025 sans The Bradery) et +7,6% pour le chiffre d'affaires net (+14,7% en 2025 sans The Bradery).

Cette amélioration s'est construite mois après mois. La GMV du Groupe s'est redressée de façon continue tout au long du deuxième trimestre par rapport à la même période de 2025 : -9,7% en avril, -5,5% en mai, puis +2,2% en juin, soit un retour à la croissance au terme du T2 2026. Cette progression de plus de 11 points en trois mois a été obtenue dans un contexte d'attente des consommateurs lié à la guerre au Proche-Orient et à ses répercussions en France. Elle traduit la montée en puissance progressive des actions engagées et constitue le principal marqueur du redressement en cours.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

	S1 2025	S1 2025	S1 2026	Var 26/25 en %
	Avec The Bradery	Retraité sans The Bradery	Sans The Bradery	Sans The Bradery
Volume d'affaires (GMV) (millions €)	439,7	387,1	367,0	- 5,2%
Nouveaux acheteurs* (en millions)	0,45	0,36	0,33	- 8,0%
Acheteurs** (en millions)	2,14	1,85	1,73	- 6,5%
dont acheteurs fidèles***	1,60	1,48	1,38	- 6,5%
En % du nombre d'acheteurs total	75%	80%	80%	0 pts
Nombre de commandes (en millions)	4,8	4,2	4,1	- 3,6%
GMV par acheteur (€)	205,3	209,6	212,6	+1,4%
Nombre moyen de commandes par acheteur	2,2	2,3	2,4	+3,1%
Taille du panier moyen (€)	92,2	91,8	90,2	- 1,7%

* Membres ayant effectué leur première commande au cours de la période

** Membres ayant effectué au moins une commande au cours de la période

*** Membres ayant effectué au moins une commande au cours de la période et au moins une commande lors des années précédentes

Le Groupe a su attirer 329 000 nouveaux primo-acheteurs sur le 1^{er} semestre 2026. Le taux d'acheteurs fidèles est stable à 80%. Le nombre de commandes fléchit de -3,6% et la taille du panier moyen diminue de -1,7%.

PERSPECTIVES 2026

Le redressement mensuel de la croissance de GMV observé tout au long du T2 conforte le Groupe dans l'exécution de son plan de transformation, tout en maintenant une approche prudente compte tenu d'un environnement de consommation toujours difficile.

Au second semestre, Showroomprivé concentrera ses efforts sur le renforcement des équipes et de la gouvernance de ses principales activités, notamment Maison & Tech, Beauté, Media, Voyage et International. L'arrivée de profils expérimentés doit permettre d'améliorer la qualité de l'exécution commerciale et d'accélérer les plans de redressement engagés.

Le Groupe poursuivra parallèlement la transformation de son offre et de l'expérience client, avec un focus particulier sur la Marketplace, l'international, le Social Retail Media et la relance des catégories historiques. Les évolutions d'organisation dans les fonctions « Offres et clients » et e-commerce visent à renforcer la cohérence entre stratégie commerciale, production, UX et UI.

Les actions de réduction des coûts opérationnels et des frais généraux seront poursuivies avec discipline. Combinées au renforcement des équipes et à l'accélération des moteurs de croissance, elles doivent permettre au Groupe de préparer activement son rebond et de renouer progressivement avec une trajectoire de création de valeur durable.

RELATIONS ACTIONNAIRES

Pour renforcer une relation de proximité avec ses actionnaires individuels, Showroomprivé a créé un Comité Consultatif des Actionnaires. Ce Comité, dont la première réunion se tiendra fin septembre 2026, aura pour objectif de contribuer au dialogue actionnarial constructif entre la Direction générale du Groupe et ses actionnaires individuels et d'encourager des échanges réguliers, approfondis et de qualité. Le compte rendu de cette première rencontre fin septembre sera partagé prochainement.

PROCHAINES INFORMATIONS

Publication des résultats semestriels 2026 : le 24 septembre 2026

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 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.

Coté sur le marché Euronext Paris (code : SRP), Showroomprivé a réalisé en 2025 un volume d'affaires brut TTC (GMV) de près de 900 millions d'euros, et un chiffre d'affaires net de 560 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

Anthony Alfont

Relations.presse@showroomprive.net

NewCap

Communication financière

Thomas Grojean

Relations médias financiers

Gaelle Fromaigeat, Nicolas Merigeau
showroomprive@newcap.eu