

CHIFFRE D'AFFAIRES DES NEUF PREMIERS MOIS DE 2023 ET DU 3^{ÈME} TRIMESTRE

- Sur les neuf premiers mois de son exercice, Showroomprivé enregistre une croissance de sa GMV de 8,7% et de son chiffre d'affaires de 4,6%
- Maintien de la solide dynamique du chiffre d'affaires internet à l'international, sur les 9 premiers mois et au 3^{ème} trimestre, qui ressort respectivement à 9,6% et 6,2%
- Au 3^{ème} trimestre, la faiblesse de consommation des ménages a entraîné un repli des ventes sur l'activité core business, partiellement compensé par l'apport des leviers de croissance déjà identifiés du Groupe : Voyages et Loisirs, Marketplace, SRP Media et International
- Bonne performance en particulier du segment Voyages et Loisirs et de la Marketplace, avec une GMV en croissance de 17% et 74% respectivement sur les neuf premiers mois de 2023 et de 23% et de 112% respectivement sur le 3^{ème} trimestre
- The Bradery, le site mode à destination des millenials, confirme son potentiel en enregistrant une croissance renforcée de 84% sur les neuf premiers mois de 2023
- Lancement d'une vaste campagne de notoriété pour recruter de nouveaux membres et accroître leur engagement
- Poursuite du travail en cours d'optimisation de la structure de coûts avec des gains de profitabilité additionnels attendus en fin d'année

La Plaine Saint Denis, France, le 19 octobre 2023 – Showroomprivé (SRP Groupe), groupe européen spécialisé dans le *smart shopping*, publie son chiffre d'affaires pour les neuf premiers mois de son exercice et son 3^{ème} trimestre clos le 30 septembre 2023.

CROISSANCE DE 4,6% SUR LES NEUF PREMIERS MOIS DE L'ANNÉE MALGRÉ UN ENVIRONNEMENT TOUJOURS DIFFICILE

Chiffre d'affaires à 9 mois

(millions €)	9 mois 2022	9 mois 2023	Variation 23/22 en %
Chiffre d'affaires Internet			
France	362,3	372,3	2,7%
International	81,8	89,7	9,6%
Chiffre d'affaires Internet Total	444,1	462,0	4,0%
Autres revenus	6,0	9,0	49,2%
Chiffre d'affaires net	450,1	471,0	4,6%

Dans une conjoncture économique morose avec une visibilité limitée, Showroomprivé est parvenu à maintenir sa dynamique de croissance en enregistrant un chiffre d'affaires de 471,0 M€ en hausse de 4,6% par rapport à la même période en 2022. Le maintien de l'inflation à un niveau élevé a pesé sur les ventes en ligne, notamment dans le domaine de l'habillement (-8% au S1 2023¹). Son augmentation en fin de période a accéléré la tendance, telle que matérialisée par des dépenses totales en habillement-textile en recul de -2,3% en août selon l'Insee. Malgré ce contexte, Showroomprivé a su

¹ Source Fevad : bilan du e-commerce au 2^{ème} trimestre 2023

capitaliser sur le bon positionnement de son offre, sur son ADN de prix bas, sur le travail de diversification de ses revenus et sur son internationalisation pour renforcer sa position sur chacun de ses marchés. **L'intégration réussie de The Bradery a également étendu le potentiel de croissance du Groupe et le site de mode, à destination des millenials, a enregistré des ventes soutenues sur les neuf premiers mois de l'année, délivrant une croissance de 84%.**

David Dayan, Président-directeur Général de Showroomprivé, déclare : « À l'issue des neuf premiers mois de l'exercice 2023, Showroomprivé a réaffirmé la forte résilience de son modèle économique dans un contexte où la consommation reste impactée par des chocs exogènes multiples. Cette capacité est le fruit des mesures mises en œuvre au cours des années précédentes qui ont permis de premiumiser notre offre et multiplier les leviers de croissance. Les équipes de Showroomprivé sont pleinement mobilisées pour poursuivre ce travail et continuer de mener à bien les chantiers transformants permettant au groupe de consolider sa capacité de résilience face au contexte tout en continuant à capter efficacement les gisements de croissance. Le Groupe continuera ainsi de développer des offres à la pointe de son marché et misera sur sa capacité d'innovation pour multiplier les sources de création de valeur, guidé par un objectif de croissance pérenne et rentable malgré les aléas conjoncturels. »

Indicateurs clés de performance

	9 mois 2022	9 mois 2023	Variation en %
Volume d'affaires (GMV)²	649,0	705,8	8,7%
Acheteurs cumulés* (en millions)³	11,7	12,4	6,1%
Acheteurs** (en millions)³⁴	2,37	2,35	(0,9)%
dont acheteurs fidèles***	1,93	1,88	(2,4)%
En % du nombre d'acheteurs total	81%	80%	(65)pts
Nombre de commandes (en millions)³⁴	7,86	7,50	(4,7)%
Chiffre d'affaires par acheteur (IFRS)³⁴	172,0	172,4	0,3%
Nombre moyen de commandes par acheteur	3,3	3,2	(3,8)%
Taille du panier moyen	51,8	54,0	4,2%

* 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 705,8 M€, en hausse de +8,7% par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2022. Le nombre d'acheteurs cumulés dépasse 12,4 millions, soit une progression de 6,1% par rapport à la période correspondante de 2022. Le taux d'acheteurs fidèles se stabilise à un niveau élevé de 80%.

Le panier moyen est en hausse de 2,2 € illustrant la tendance à la premiumisation de l'offre et portant le chiffre d'affaires par acheteur à 172,4 €.

Sur le 3^{ème} trimestre, la GMV reste stable par rapport au 3^{ème} trimestre 2022 et s'établit à 208,1 M€.

SOLIDE PERFORMANCE DES MOTEURS DE CROISSANCE AU 3^{ÈME} TRIMESTRE MALGRÉ L'IMPACT SIGNIFICATIF DE LA CONJONCTURE SUR L'ACTIVITÉ HISTORIQUE

Chiffre d'affaires trimestriel

(millions €)	T3 2022	T3 2023	Variation T3 23/22 en %
Chiffre d'affaires Internet			
France	116,4	109,5	(5,9)%
International	26,4	28,0	6,2%
Chiffre d'affaires Internet Total	142,8	137,5	(3,7)%
Autres revenus	1,9	2,1	11,0%
Chiffre d'affaires net	144,7	139,6	(3,5)%

² 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

³ Hors *Beauté Privée* et *The Bradery*.

⁴ Excluding Marketplace

Au 3^{ème} trimestre, traditionnellement le moins contributif à l'activité, le repli de la consommation s'est accentué, impactant défavorablement les ventes événementielles, cœur d'activité du Groupe. Compte tenu du poids de ce métier, le chiffre d'affaires consolidé est également en retrait, passant de 144,7 à 139,6 M€. Showroomprivé est cependant parvenu à atténuer cette contraction grâce à la contribution des nouveaux segments qui apportent croissance et marge additionnelles. Ces efforts ont été complétés par l'élargissement de l'offre à de nouvelles références, notamment dans le segment sport lifestyle avec des marques de renom qui ont reçu un accueil très favorable de la part des membres.

- Le **segment Voyages & Loisirs** prolonge son rebond depuis la fin des confinements et affiche une croissance de près de 23% au 3^{ème} trimestre, bénéficiant, outre sa bonne dynamique intrinsèque, de la décision des tours opérateurs de mener des promotions agressives avec des prix de dernière minute pendant la période estivale.
- La **Marketplace** continue sa montée en puissance et enregistre une croissance de près de 112% de son volume d'affaires.
- Dans un environnement très exigeant, **SRP Media** affiche une croissance de 28% tirée par la partie retail media qui continue d'attirer les annonceurs et dont l'offre a été récemment renforcée via la solution Unlimitail lancée en partenariat avec Carrefour.
- En croissance, l'**International** contribue une nouvelle fois positivement à l'activité et poursuit sa montée régulière dans le mix d'activités tout en affichant un dynamisme particulièrement soutenu dans les zones stratégiques.

LANCEMENT DE LA CAMPAGNE DE NOTORIÉTÉ

Comme annoncé, et en ligne avec la feuille de route ACE, Showroomprivé a lancé une importante campagne publicitaire ciblée pour accroître sa notoriété en France et faire résonner sa marque sur l'ensemble du territoire, particulièrement dans les grandes villes. La campagne, conduite avec une approche ROI et holistique, vise également à soutenir le réengagement de la base de membres.

PERSPECTIVES

Dans les trimestres à venir, Showroomprivé anticipe un environnement qui restera adverse au cours des derniers mois de l'exercice 2023. Dans ce contexte, le Groupe compte intensifier la mise en œuvre de sa feuille de route ACE, ce qui se traduira par une vigilance accrue sur le niveau de stocks ainsi que sur une volonté de capitaliser sur son ADN de prix bas et ses relais de croissance pour assurer la poursuite de sa croissance rentable. Le Groupe poursuivra ses efforts de maîtrise de la structure de coûts et l'optimisation de son réseau logistique tout en allouant des ressources pour accélérer le développement de ses activités à fort potentiel et la gestion de son offre, en particulier pendant la période de fin de d'année. Showroomprivé concentre ainsi ses efforts pour mettre en œuvre efficacement ces mesures stratégiques afin de matérialiser au mieux leurs effets dès le quatrième trimestre de cette l'année.

PROCHAINES INFORMATIONS

Résultats de l'exercice 2023 : 14 mars 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

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 2022 un volume d'affaires brut TTC⁵ de près de 950 millions d'euros, et un chiffre d'affaires net de 657 millions d'euros. Le Groupe est dirigé par David Dayan, co-fondateur, et emploie plus de 1 000 personnes.

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

CONTACTS

Showroomprivé

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

Anne Charlotte Neau-Julliard
Relations.presse@showroomprive.net

NewCap

Communication financière
Théo Martin, Louis-Victor Delouvrier

Relations médias financiers
Gaelle Fromageat, Nicolas Merigeau
showroomprive@newcap.eu

⁴ 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