

SHOWROOMPRIVE SIGNE UN ACCORD POUR L'ACQUISITION DE THE BRADERY

- RENFORCEMENT SUR LE MARCHÉ DU PREMIUM ET DES MILLENNIALS
- ACQUISITION STRATEGIQUE AU SERVICE DU SMART SHOPPING

La Plaine Saint Denis, le 12 avril 2022 – Showroomprivé (SRP Groupe), groupe européen spécialisé dans le *smart shopping*, annonce aujourd'hui l'acquisition de The Bradery, acteur en très forte croissance de la vente événementielle premium principalement à destination des millennials.

Showroomprivé annonce avoir signé un accord pour l'acquisition d'une participation majoritaire (51%) dans le capital de The Bradery avec la possibilité d'acquiescer d'ici à 2026 les 49% restants à un prix déterminé en fonction des performances futures de la société. Cette acquisition sera financée entièrement par la trésorerie libre de la société. Depuis son lancement il y a 3 ans, The Bradery a déjà atteint près de 30 M€ de GMV¹ et réalise ainsi un parcours exceptionnel au sein du secteur. Sur le 1^{er} trimestre 2022, la société affiche, dans un environnement de marché difficile, une très forte croissance de l'activité avec un panier moyen de près de 100 € et s'impose comme une référence de la vente d'articles de mode premium. Les fondateurs Edouard Caraco et Timothée Linyer, et leurs équipes, continueront à assurer la dynamique de croissance de la plateforme ainsi que la gestion de la société. L'objectif étant de doubler le volume de ventes en 3 ans, la transaction devrait être relative à horizon 2024. The Bradery continuera à se développer sous sa propre marque et à être pilotée par l'ensemble de l'équipe actuelle.

Avec une communauté qui fédère déjà plus de 200 000 acheteurs réguliers et plus de 400 marques partenaires, The Bradery est l'un des derniers nés des acteurs de la vente en ligne événementielle. Avec un positionnement très affirmé sur la cible des jeunes (âge moyen de 27 ans) et le premium, The Bradery est l'un des acteurs les plus dynamiques du secteur. La marque dispose également d'une présence affirmée sur les réseaux sociaux avec près de 300 000 abonnés sur Instagram. Principalement axée sur le segment Mode, The Bradery a élargi son offre dans le segment Lifestyle et le Travel pour répondre à la demande exigeante de sa clientèle. The Bradery est essentiellement présente en France et a initié une première expansion en Espagne et en Belgique.

Cette acquisition stratégique est complémentaire avec l'activité de Showroomprivé permet au Groupe de se renforcer sur une clientèle plus jeune (et très prisée) et d'accélérer son mouvement de premiumisation avec une offre de produits et services qui ouvre de nombreuses synergies commerciales, tant vis-à-vis des marques (accords de partenariats) que des membres. Le Groupe consolide ainsi sa stratégie d'acteur référent du smart shopping en faisant cohabiter des plateformes aux positionnements complémentaires : Showroomprivé.com pour l'aspect généraliste, Beauté Privée pour la verticale très prometteuse de la beauté, et The Bradery pour la verticale en pleine expansion de la mode premium et jeune.

De son côté The Bradery pourra s'appuyer sur l'expertise ainsi que les ressources opérationnelles de Showroomprivé, notamment sa plateforme logistique, pour gagner en efficacité et en rentabilité.

David Dayan, co-fondateur et Président Directeur-Général de Showroomprivé déclare : « Ce projet s'inscrit dans la stratégie de montée en gamme du Groupe, puisqu'il va permettre de proposer à nos membres d'accéder directement à une offre élargie sur le segment haut de gamme. The Bradery dispose également d'une communauté plus jeune, complémentaire à la nôtre, et du dynamisme inhérent aux jeunes pousses dirigées par des entrepreneurs talentueux, en adéquation avec la culture et les valeurs de Showroomprivé. Nous sommes impatients de travailler avec les équipes de The Bradery qui ont un sens aigu de l'innovation et qui vont pouvoir s'appuyer sur le savoir-faire de Showroomprivé, notamment sa plateforme logistique, ses relations commerciales et ses expertises en termes de services. Cette acquisition est pour nous hautement stratégique car elle vient compléter notre offre aux côtés de la plateforme généraliste showroomprivé.com et de la plateforme spécialisée Beauté Privée. Elle fait pleinement partie de la concrétisation de notre ambition : être la référence du smart shopping, en accélérant la digitalisation des marques et en promouvant une consommation accessible et durable. »

Edouard Caraco, co-fondateur et CEO de The Bradery et Timothée Linyer, co-fondateur et COO, déclarent : « En rejoignant le Groupe Showroomprivé nous allons pouvoir nous appuyer sur l'expertise de ses équipes et sa très large communauté de membres pour soutenir et accélérer le développement de The Bradery dans la durée. Cet adossement constitue pour nous l'opportunité de rejoindre un acteur européen de premier plan de la vente événementielle doté d'une structure bien établie et de process éprouvés au travers de ses 15 ans d'expériences. En restant indépendant nous allons continuer à offrir aux marques partenaires de The Bradery un écran protecteur et valorisant tout en leur donnant accès à une base de clients démultipliée. Nous allons ainsi encore améliorer notre proposition de valeur. »

La finalisation de l'opération devrait avoir lieu au cours du deuxième trimestre 2022, sous réserve de la satisfaction des conditions suspensives usuelles.

PROCHAINES INFORMATIONS

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2022 le 21 avril 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 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 2021 un volume d'affaires brut TTC¹ de près d'1 milliard d'euros, et un chiffre d'affaires net de 724 millions d'euros. Le Groupe est dirigé par David Dayan, co-fondateur, et emploie plus de 950 personnes.

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

CONTACTS

Showroomprivé

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

Taddeo

+33 6 58 53 45 91
presse.showroomprive@taddeo.fr

Priscilla Le Minter, Communication
priscilla.leminter@showroomprive.net

¹ 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