

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 3^{ème} TRIMESTRE ET DES 9 PREMIERS MOIS 2022

- VOLUME D'AFFAIRES (GMV¹) : 207,1 M€
- CHIFFRE D'AFFAIRES : 144,7 M€ (+7,5%)
- CONTRIBUTION POSITIVE DE THE BRADERY A LA CROISSANCE
- CROISSANCE DU PANIER MOYEN (+7,3%)

La Plaine Saint Denis, le 20 octobre 2022 – Showroomprivé (SRP Groupe), groupe européen spécialisé dans le *smart shopping*, publie son chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre et des 9 premiers mois de l'année, arrêté au 30 septembre 2022.

3^{ème} trimestre en hausse de +7.5% par rapport au T3 2021

- Chiffre d'affaires net en progression de +7,5%, porté par une croissance meilleure qu'attendue sur les mois de juillet et août, et ce malgré une baisse de trafic sur le site marchand par rapport à la même période en 2021 ;
- Retour à une base de comparaison normalisée en raison de la réouverture des magasins physiques à partir du mois de mai 2021 ;
- Performance positive de tous les segments de marché, notamment de l'activité Voyages dont la croissance ressort à +36% ;
- Bon écoulement des stocks au cours de l'été 2022, fruit d'une politique de prix adaptée à l'évolution du contexte de marché ;
- Contribution de The Bradery, désormais pleinement intégrée, à la hausse du chiffre d'affaires ;
- Performance satisfaisante de Beauté Privée par rapport au T3 2021 ;
- Bonne performance de la Marketplace qui poursuit sa croissance ;
- Malgré un marché de la publicité traditionnellement plus difficile durant la période estivale, SRP Media réalise une performance satisfaisante ;
- Forte progression du panier moyen (+7,3%) grâce notamment à notre effort de premiumisation de l'offre ;
- Maintien à un niveau élevé des ventes fermes, à environ 1/3, compte tenu des stocks acquis durant le S1 2022 pour pallier les pénuries de stocks. Les parts de la livraison directe fournisseur et des ventes conditionnelles restent respectivement stables.

CA 9 mois en recul de 13,9% par rapport à 2021, mais en hausse de +5,4% par rapport à 2019

- Chiffre d'affaires 9 mois en croissance de +5,4% par rapport aux 9 mois 2019 ;
- Baisse du chiffre d'affaires sur 9 mois par rapport à 2021 liée au recul constaté au 1^{er} semestre 2022, qui a été cependant partiellement compensé par la croissance enregistrée au troisième trimestre.

Perspectives à fin 2022

- Marges sous pression compte tenu de l'achat de stocks fermes au S1 2022 et des efforts de compétitivité prix dans un environnement de marché plus difficile ;
- Pression sur les marges également liée à l'augmentation des coûts due à l'inflation, notamment les coûts de transport ;
- Maîtrise des coûts de structure pour s'adapter à l'évolution de l'activité et à l'environnement inflationniste ;
- Poursuite du développement de nouvelles offres et d'initiatives en matière de RSE, comme récemment dans la seconde main avec le programme Second Show, afin d'anticiper les nouvelles tendances et d'adapter constamment notre proposition de valeur ;
- Objectif de renforcer notre modèle économique agile et rentable.

Par ailleurs, suite aux nominations internes de deux directeurs généraux adjoints intervenues mi-septembre, Showroomprivé a renouvelé et renforcé l'équipe de direction avec le recrutement de nouveaux profils à des postes clés (Directeur des Ressources Humaine, Directeur Marketing, DG Beauté Privée, Directrice juridique, Directrice des relations extérieures et de la RSE).

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. Un tableau de réconciliation avec le chiffre d'affaires est disponible en annexe

Concernant les chiffres du troisième trimestre, David Dayan, Co-fondateur et Président Directeur-Général de Showroomprivé a déclaré :

« La hausse significative de l'activité au 3^{ème} trimestre témoigne du bon positionnement du Groupe et de la pertinence de ses axes de développement dans un environnement de marché toujours incertain. La très bonne performance de l'activité Voyages notamment, depuis plusieurs trimestres, montre l'attractivité de notre plateforme et la qualité de l'offre proposée. Nous continuons ainsi à innover et avons notamment lancé un nouveau programme, Second Show, qui permet à nos 20 millions de membres de revaloriser et de donner une seconde vie aux produits qu'ils n'utilisent plus. Nous poursuivons également notre diversification et notre premiumisation, avec l'intégration de The Bradery qui se traduit sur les derniers mois par une contribution positive à la croissance du chiffre d'affaires. Malgré le léger rebond de l'activité durant le 3^{ème} trimestre, le reste de l'année s'inscrit toujours dans un environnement incertain, ne nous permettant toujours pas de donner des objectifs de revenu ou de rentabilité pour la fin 2022. Showroomprivé s'emploie à protéger ses marges dans un environnement marqué par l'inflation des coûts et un comportement plus attentiste de la part des consommateurs, et à conforter un modèle économique rentable dans la durée. C'est la feuille de route du comité exécutif qui vient par ailleurs d'être renouvelé avec l'arrivée de profils renforçant la gouvernance du Groupe. »

CHIFFRE D'AFFAIRES T3 2022 ET 9 MOIS 2022

Analyse du chiffre d'affaires

(millions €)	T3 2021	T3 2022	Variation 2021/2022
Chiffre d'affaires Internet			
France	109,2	116,4	6,7%
International	23,7	26,4	11,4%
Chiffre d'affaires Internet Total	132,8	142,8	7,6%
Autres revenus	1,8	1,9	+2,7%
Chiffre d'affaires net	134,7	144,7	7,5%

(millions €)	9 mois 2021	9 mois 2022	Variation 2021/2022
Chiffre d'affaires Internet			
France	431,4	362,3	-16,0%
International	86,5	81,8	-5,5%
Chiffre d'affaires Internet Total	518,0	444,1	-14,2%
Autres revenus	5,0	6,0	+21,0%
Chiffre d'affaires net	522,9	450,1	-13,9%

Le chiffre d'affaires net du Groupe au troisième trimestre 2022 ressort en progression de +7,5% à 144,7 millions d'euros par rapport au troisième trimestre 2021, avec un chiffre d'affaires internet en hausse de +7,6%, à 142,8 millions d'euros, en raison de plusieurs facteurs :

- Une base de comparaison normalisée : sur l'exercice précédent, l'environnement sanitaire lié au Covid avait eu pour effet de booster le chiffre d'affaires compte tenu du report de consommation vers l'e-commerce. La levée des mesures sanitaires à partir du mois de mai 2021 a pour effet de normaliser la base de comparaison entre les deux périodes ;
- La performance positive de tous les segments de marché au cours de la période et notamment les ventes Voyages ;
- Performance soutenue du segment international qui ressort en croissance de 11,4%, supérieur à la croissance du marché français ;
- Un meilleur écoulement des stocks fermes au cours de la période estivale, grâce à une politique de prix plus agressive ;
- La contribution positive de The Bradery sur la période, désormais pleinement intégrée au Groupe.

Plusieurs autres éléments sont à noter et expliquent la progression de l'activité. Le chiffre d'affaires de Beauté Privée est positivement orienté et n'est plus pénalisée par la migration de plateforme. La performance de la marketplace est en ligne avec les attentes, sans néanmoins réaliser encore tout son potentiel.

A contrario, pour SRP Media la période estivale a été caractérisée par une plus grande frilosité des annonceurs mais ressort une performance satisfaisante après de très belles performances sur les derniers trimestres. Le segment affiche une forte croissance sur les 9 premiers mois 2022 par rapport à l'exercice précédent.

Le chiffre d'affaires des autres activités (déstockage physique d'inventus ou de retour internet) s'élève à 1,9 million d'euros en augmentation de 2,7% par rapport au 3^{ème} trimestre 2021.

Sur les 9 premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires net atteint 450,1 millions d'euros, en baisse de -13,9% par rapport aux 9 premiers mois de 2021 en raison de la base de comparaison encore défavorable sur le 1^{er} semestre de l'exercice et d'un environnement dégradé sur le plan macro-économique et géopolitique qui pèse sur la confiance des ménages et le pouvoir d'achat. La meilleure performance sur le troisième trimestre 2022 ne permet pas de compenser le recul du chiffre d'affaires sur les six premiers mois de l'année.

La performance sur les 9 premiers mois 2022 reste cependant en croissance de +5,4% par rapport au 9 mois 2019.

Analyse des indicateurs clés de performance

	T3 2021	T3 2022	Variation 2021-2022
Volume d'affaires (GMV)²	190,9	207,1	+8,5%
Acheteurs cumulés* (en millions)³	11,1	11,8	+6,3%
Acheteurs** (en millions)³	1,2	1,1	-1,0%
dont acheteurs fidèles***	1,0	1,0	-2,7%
<i>En % du nombre d'acheteurs total</i>	89%	88%	NS
Nombre de commandes (en millions)³	2,6	2,5	-2,6%
Chiffre d'affaires par acheteur (IFRS)³	106,8	112,7	+5,6%
Nombre moyen de commandes par acheteur	2,2	2,2	-1,6%
Taille du panier moyen (€)	48,3	51,8	+7,3%

	9 mois 2021	9 mois 2022	Variation 2021-2022
Volume d'affaires (GMV)²	718,6	639,0	-11,1%
Acheteurs cumulés* (en millions)³	11,1	11,8	+5,9%
Acheteurs** (en millions)³	2,7	2,4	-12,2%
dont acheteurs fidèles***	2,2	1,9	-12,3%
<i>En % du nombre d'acheteurs total</i>	81%	81%	NS
Nombre de commandes (en millions)³	9,9	7,9	-20,6%
Chiffre d'affaires par acheteur (IFRS)³	177,1	172,0	-2,9 %
Nombre moyen de commandes par acheteur	3,7	3,3	-10,3%
Taille du panier moyen (€)	47,8	51,8	+8,4%

Bien que le Groupe enregistre une croissance de +8,5% sur le 3^{ème} trimestre, la GMV sur les 9 premiers mois de 2022 ressort à 639 M€, en décroissance de -79,6 M€ (-11,1%) par rapport aux 9 premiers mois de 2021.

Depuis le 1er janvier 2022, le nombre d'acheteurs cumulés a progressé d'environ 0,7 million, provenant à la fois de France et de l'International, ce qui porte leur nombre à près de 11,8 millions. Toutefois, le nombre d'acheteurs est en recul sur la période sous l'effet de la diminution du trafic sur le site marchand.

Dans le même temps, le nombre moyen de commandes par acheteur s'établit à 3,3 contre 3,7 en 2021, en recul mais de manière moins significative que la baisse du nombre total de commandes qui s'inscrit à 7,9 millions contre 9,9 millions au cours des 9 premiers mois de l'année dernière.

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 pour le nombre d'acheteurs

Le chiffre d'affaires par acheteur passe de 177,1 € à 172,0€ sur les 9 premiers mois de l'année sous l'effet de la baisse du nombre de commandes. Le panier moyen s'inscrit néanmoins à 51,8 € sur la période (versus 47,8 € au troisième trimestre 2021), soutenu par une offre toujours plus qualitative dans le cadre de la premiumisation.

PERSPECTIVES

La progression sensible de l'activité au 3^{ème} trimestre, après deux trimestres de fort recul du chiffre d'affaires, est un élément positif qui montre la force du positionnement de Showroomprivé et la pertinence des évolutions engagées au cours des derniers mois. L'environnement reste cependant volatile et incertain et le rebond attendu au cours de la deuxième partie d'année n'a pour l'instant pas pleinement eu lieu, ce qui a et aura un impact sur les marges et le niveau d'EBITDA.

Le Groupe reste très attentif à l'écoulement de ses stocks, à sa politique d'achats fermes et aux conditions de négociation, pour tenir compte d'un contexte de marché plus difficile. Le Groupe s'attache plus globalement à rester agile tout en maîtrisant ses coûts de structure et en poursuivant ses initiatives commerciales destinées à ajuster sa proposition de valeur aux nouveaux comportements des consommateurs

S'il reste difficile de donner des objectifs pour la fin 2022, qu'il s'agisse de l'activité ou de la rentabilité, le Groupe s'emploie à protéger sa rentabilité tout en développant ses opportunités de croissance.

Rejoignez le Cercle des Actionnaires Showroomprivé

EN CLIQUANT [ICI](#)

PROCHAINES INFORMATIONS

Résultats annuels 2022 le 8 mars 2023

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 TTC⁴ 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

Relations Investisseurs

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

Communication

Anne Charlotte Neau-Juillard, Communication
anne-charlotte.neau-juillard@showroomprive.net

Taddeo

presse.showroomprive@taddeo.fr
+33 1 83 97 41 48

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