

SHOWROOMPRIVÉ LANCE LA PREMIERE RÉGIE PUBLICITAIRE DIGITALE DÉDIÉE AUX « DIGITAL WOMEN », CETTE CIBLE PRIVILÉGIÉE DES MARQUES QUI REPRÉSENTE 70% DE SES CLIENTS

La Plaine Saint-Denis, le 28 juin 2018 – Showroomprivé annonce le lancement de SRP Media, la première régie publicitaire digitale dédiée aux « digital women ». 7 femmes françaises sur 10 prennent en charge les achats des ménages (83% des clientes Showroomprivé). Ces femmes de 18 à 59 ans, actives sur les sites de e-commerce, constituent la cible privilégiée des annonceurs.

Showroomprivé, premier site mode et beauté en France, est l'acteur référent du e-commerce européen avec 32,2 millions de membres dans 10 pays, dont 70% de femmes. Avec une base de données de plus de 22 millions de femmes, Showroomprivé, spécialiste de la femme digitale, met à disposition de sa régie une connaissance unique de cette audience recherchée, autant en termes de volume que de granularité de données. **Selon l'institut Nelly Rodi, « la smart digital woman française de demain est la cliente Showroomprivé d'aujourd'hui »¹.**

Afin d'optimiser le traitement des datas recueillies lors des 2 millions de visites quotidiennes, **Showroomprivé a créé sa propre plateforme d'analyse pour étudier les besoins et attentes des « digital women ».** Données sociodémographiques, comportements d'achat et parcours de navigation sur internet sont désormais répertoriés et analysés.

SRP Media propose une offre structurée autour de deux expertises

- **L'expertise Data, avec des insights et des plans media sur mesure hors Showroomprivé en vue de toucher sa communauté de Digital Women.**
- **L'expertise Advertising 360°, avec des dispositifs personnalisés mis en place via la plateforme Showroomprivé en vue de répondre aux objectifs business et communication (sampling, traffic in (e)store, opérations spéciales et études marketing).**

« Forts de notre expertise de la « digital woman », nous permettons aujourd'hui à nos clients annonceurs de communiquer de manière unique, précise et inédite auprès de ces femmes. Cette nouvelle page qui s'ouvre pour Showroomprivé offre de nouvelles opportunités autant aux marques partenaires, qu'à nos clientes et à notre Groupe », ont déclaré Thierry Petit et David Dayan, co-fondateurs et co-CEOs de Showroomprivé.

Expert de la « digital mum », Showroomprivé a souhaité dresser le portrait-robot de cette cible privilégiée et a réalisé, avec le cabinet Nelly Rodi, la première étude sur les femmes et l'achat digital en France.

SRP MEDIA : LA SMART REGIE POUR TOUCHER 22 MILLIONS DE FEMMES

Menée auprès de 1000 femmes françaises et de 1361 clientes Showroomprivé, cette étude souligne la révolution en cours dans les aspirations, les comportements et les motivations d'achats de ces dernières.

En phase avec cette révolution, SRP Media allie tous les atouts nécessaires que sont une expertise pointue du cœur de cible, une base de données large, puissante et qualifiée, et une gestion des datas internalisée et protégée.

A travers SRP Média, l'enseigne offre aux marques de nouvelles opportunités commerciales, une augmentation de trafic dans leurs points de vente, une visibilité renforcée ainsi qu'un accès privilégié aux audiences on et offline (en point de vente digital et point de vente physique).

SRP MEDIA, LE PARTENAIRE STRATEGIQUE DES MARQUES

Avec SRP Media, Showroomprivé se positionne comme un média et un canal de distribution innovant et affinitaire puisqu'il propose aux marques un carrefour d'audience inédit, tant par le volume des données traitées que par la qualité et la granularité de celles-ci.

Deux expertises structurent l'offre de SRP Média, la *data* et l'*advertising 360°* :

- Grâce à la *data* qu'elle possède, l'enseigne propose désormais grâce à ses capacités **de targeting des plans média sur-mesure et hors Showroomprivé**, dans l'objectif de s'inscrire dans les « digital journeys » de sa communauté hyper-qualifiée.
- L'offre d'*advertising 360°* passe, quant à elle, directement sur la plateforme Showroomprivée. Elle permettra aux marques d'atteindre leurs objectifs business et communication grâce à des dispositifs de *sampling*, de *traffic in (e)store* et *drive-to-store*, d'opérations spéciales et d'études marketing.

En d'autres termes, SRP Media est l'atout stratégique des marques en répondant à leurs objectifs d'acquisition de nouveaux acheteurs, de développement de trafic sur leurs lieux de vente physiques et / ou digitaux, et de visibilité.

« Nos différentes offres réinventent la manière dont les femmes découvrent et achètent en ligne. SRP Media propose une nouvelle vision des médias grâce à des offres différenciantes, complémentaires et sur mesure permettant de répondre aux enjeux des marques auprès d'une cible référente que nous maîtrisons parfaitement : la Digital Woman » précise Anil Benard-Dende, Directeur général adjoint de Showroomprivé.

LA SMART DIGITAL WOMAN FRANCAISE DE DEMAIN EST LA CLIENTE SHOWROOMPRIVE D'AUJOURD'HUI

Les digital women françaises sont aujourd'hui portées par quatre *drivers* : représentation, communauté, équilibre et bienveillance. Entre connexion et déconnexion, attachée à son équilibre de vie, la digital woman s'engage pour des causes qui lui tiennent à cœur, en premier lieu l'enfance et l'éducation pour 46% des femmes françaises (et pour 67% des clientes Showroomprivé). Leur priorité numéro 1 dans la vie : la famille

pour 70% d'entre elles (84% pour les clientes Showroomprivé). Pour 42% des femmes françaises, le luxe correspond à des moments en famille ou entre amis (c'est le cas pour 52% des clientes Showroomprivé).

La femme Showroomprivé est représentative de la femme française, mais elle a en plus un temps d'avance : c'est une early-adopter. Selon l'institut Nelly Rodi, « *la smart digital woman française de demain est la cliente Showroomprivé d'aujourd'hui* ».

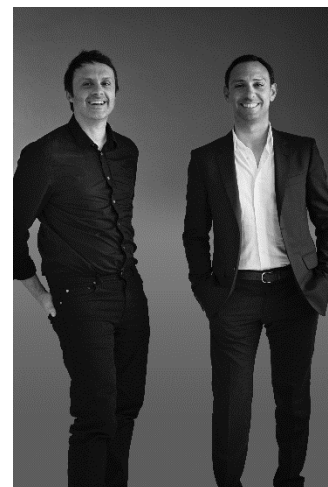
Elle est plus digitale, plus connectée et très mobile-friendly : 46% des clientes Showroomprivé font plus de shopping sur leur smartphone que sur leur ordinateur (contre 22% des femmes françaises). Si 74% des femmes françaises disent faire de plus en plus de shopping sur Internet, c'est le cas de 92% des clientes Showroomprivé. Si 40% des femmes françaises de 18 à 55 ans utilisent les applications pour leur shopping, les clientes de Showroomprivé le sont à 58% (67% pour les clientes de 18 à 29 ans).

A PROPOS DE SHOWROOMPRIVE.COM

Showroomprivé.com est un acteur européen de la vente événementielle en ligne, innovant et spécialisé dans la mode. Showroomprivé propose une sélection quotidienne de plus de 2 000 marques partenaires sur ses applications mobiles ou son site Internet en France et dans huit autres pays européens.

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

Coté sur le marché Euronext Paris depuis octobre 2015 (code : SRP), Showroomprivé a réalisé en 2017 un volume d'affaires brut TTC de plus de 900 millions d'euros, soit un chiffre d'affaires net de 655 millions d'euros, en croissance de 21% par rapport à l'année précédente. Le Groupe emploie plus de 1 150 personnes.



Pour plus d'informations : www.showroomprivegroup.com

CONTACTS

SHOWROOMPRIVE

Adeline Pastor, Responsable de la Communication

+33 1 76 21 19 46

adeline.pastor@showroomprive.com

TADDEO

Anne Charlotte Neau

+33 1 83 97 41 48

anne-charlotte.neau@taddeo.fr