

## UNE SUCCESS-STORY FRANÇAISE DE L'INTERNET

Lancé en 2006, Showroomprivé est un acteur du e-commerce innovant, en forte croissance et spécialisé dans la mode. Il est présent en France, son marché principal, et dans huit autres pays européens.

En 2015, le groupe a réalisé un volume d'affaires brut TTC de plus de 600 millions d'euros soit, un chiffre d'affaires net de 443 millions d'euros et un EBITDA de 23,7 millions d'euros. Il connaît une croissance rentable et autofinancée depuis sa création.

Ses 800 employés organisent des ventes privées sur des produits de grandes marques pour son cœur de cible, la « digital woman » (prêt-à-porter, cosmétiques, décoration, etc.) et bénéficiant de réductions comprises entre 50% et 70% sur le prix de vente affiché.

En 2015, le Groupe comptait 25 millions de membres, dont 5,5 millions avaient déjà effectué au moins un achat sur la plateforme.



31.1 MILLIONS DE PRODUITS VENDUS EN EUROPE



600 MILLIONS € VOLUME D'AFFAIRES BRUT TTC



25 MILLIONS DE MEMBRES EN EUROPE<sup>1</sup>



8 FILIALES EN EUROPE



800 COLLABORATEURS

Note 1 : au 31 Décembre 2015

Note 2 : au cours de l'année fiscale terminée le 31 décembre 2015



## UN BUSINESS MODEL SOLIDE, UNE CROISSANCE DURABLE ET RENTABLE

Showroomprivé est l'une des sociétés les plus dynamiques du e-commerce français.

- Showroomprivé a enregistré une croissance de 27% sur son chiffre d'affaires net en 2015.
- L'entreprise est profitable depuis ses débuts.
- Elle est accompagnée par Accel Partners, premier fonds d'investissement du secteur de l'internet et des nouvelles technologies.
- La stratégie repose sur quatre principaux moteurs de croissance que sont :
  - Accroître la notoriété de la marque Showroomprivé et attirer de nouveaux membres
  - Renforcer l'engagement des clients et le taux de réachat
  - Enrichir l'offre et développer de nouveaux partenariats avec les marques
  - Saisir les opportunités de développement à l'international

## UN TANDEM DE DIRECTION COMPLÉMENTAIRE & EXPÉRIMENTÉ

### THIERRY PETIT

- Entrepreneur dans le milieu de l'internet depuis plus de 20 ans ;
- A créé à 25 ans le premier comparateur de prix en France, Toobo.com, vendu à Tiscali en 2001 ;
- Influenceur important de la sphère internet et start-up : vice-président de France Digitale et business angel investi dans plusieurs startups internet ;

### DAVID DAYAN

- Entrepreneur dans le milieu du destockage et le détail de vêtements depuis plus de 25 ans ;
- Gérant pendant plus de 15 années de la société de destockage familiale France Export ;
- Business Angel



# UNE OFFRE CENTRÉE SUR LA FEMME & LA MODE

- L'offre est centrée sur le cœur de cible de Showroomprivé : la « **digital woman** ». Âgée de 25 à 49 ans, c'est une femme active et connectée, à la recherche de bonnes affaires pour elle et sa famille.
- Le site se consacre à l'univers de la mode (60% des ventes internet brutes en 2014), avec une **diversification maîtrisée dans d'autres catégories de produits en ligne** qui restent liés aux centres d'intérêts féminins : accessoires, beauté, déco, sport ou encore voyage.
- **Plus de 1 500 marques nationales et internationales** en 2015.



**48%**  
DES VENTES INTERNET  
BRUTES RÉALISÉ SUR  
LE CANAL MOBILE



## L'INNOVATION AU CŒUR DE LA STRATÉGIE

Le site se démarque par une anticipation constante des attentes de ses clients grâce à son excellence dans les nouvelles technologies et sa volonté d'innover.

### LE MOBILE

- Showroomprivé a été l'un des premiers à développer une application mobile.

### LIVRAISON EXPRESS

- Le site a été un des premiers à proposer «Demain chez Vous», un service de livraison en moins de 24h. Ce service s'applique à environ un quart des ventes et est rendu possible par une organisation logistique optimisée ;

### DE NOUVELLES FONCTIONNALITÉS ET SERVICES

- Infinity, un service de livraison gratuit et illimité par abonnement ;
- Panier unique, une nouvelle fonctionnalité permettant de rassembler les achats de plusieurs ventes dans un même panier ;
- Shop it !, un nouveau service de drive-to-store qui permet aux consommateurs de bénéficier d'offres exclusives grâce à un système de coupon – Shop It ! Coupon – ou de remboursement différé – Shop It ! Pocket

### MODE DE PAIEMENT

- Le site offre au total 12 moyens de paiement différents, les dernières innovations ayant été l'adoption du bitcoin l'an dernier et la mise en place d'Apple Pay sur le marché britannique cette année ;

### LOOKFORWARD

- Showroomprivé a lancé en 2015 son incubateur d'entreprise. A travers «Look Forward» Showroomprivé encourage le développement des start-ups innovantes dans le domaine de la mode ;

### #COLLECTIONIRL

- Le site a lancé en juillet 2015 sa marque propre. Baptisée «#Collection IRL - Fashion for Women In Real Life», la collection de prêt-à-porter proposera des essentiels-mode à des prix très accessibles destinés aux «digital women» ;

## UNE EXPANSION À L'INTERNATIONAL RENFORCÉE

L'entreprise a voulu se donner très tôt une envergure internationale

- 15% du chiffre d'affaires du Groupe est réalisé à l'international en 2015.
- Showroomprivé.com a décliné son modèle dans 8 autres pays européens (Espagne, Italie, Portugal, Pologne, Angleterre, Pays-Bas, Belgique et Allemagne), tant sur le web que sur le mobile, en favorisant les offres locales.
- En 2014, la société a lancé son site multidevises qui lui permet de traiter des commandes depuis plus de 160 pays dans le monde et d'envisager de manière pragmatique de prochaines ouvertures à l'international.



UN SITE MULTI-DEVISES ACCESSIBLE  
DANS PLUS DE 160 PAYS

eawardsBARCELONA2014



OC&C  
Strategy Consultants



BRUNSWICK

Candice Baudet Depierre, Morgane Le Gall

+33 (0)1 53 96 83 83  
showroomprivé@brunswickgroup.com

## UNE CROISSANCE RECONNUE

La stratégie de Showroomprivé et sa croissance ont été récompensés par de nombreux prix en France et à l'international.

showroomprivé.com

Adeline Pastor - Responsable de la communication

+33 (0)1 76 21 19 46  
adeline.pastor@ShowRoomPrive.com