

RESULTATS ANNUELS 2019

FORT IMPACT DES OPERATIONS EXCEPTIONNELLES SUR LES STOCKS (DEPRECIATION ET DESTOCKAGE IMPORTANT)

La Plaine Saint Denis, le 12 mars 2020 – Showroomprivé, acteur européen de premier plan de la vente en ligne, spécialisé dans l'offre mode à destination de la Digital Woman, publie ses résultats annuels pour l'exercice clos au 31 décembre 2019.

Des résultats annuels fortement impactés par des éléments ponctuels**Chiffre d'affaires en retrait de -8,4% (-8,0% pour les activités Internet) lié à :**

- Un environnement économique morose tout au long de l'exercice ;
- Des décisions stratégiques visant à restaurer la rentabilité et à diminuer le risque sur les stocks :
 - une offre volontairement plus restreinte (plus grande sélectivité sur les achats, réduction des achats fermes) ;
 - une rationalisation géographique entraînant la fermeture de plusieurs sites à l'international ;
 - une réduction sensible des dépenses marketing en baisse de 28% sur l'année.

EBITDA¹ de -31,4 millions d'euros conforme à l'anticipation de décembre 2019 intégrant :

- Des opérations sur les stocks pour -34 millions d'euros, intégrant des dépréciations exceptionnelles sur stocks pour 21 millions d'euros et un déstockage massif au second semestre d'inventus et de retour internet dans un marché BtoB dégradé (Wholesale).
- +3,1 millions d'euros associés à l'entrée en application au 1^{er} janvier 2019 de la norme IFRS 16.

Résultat net de -70,5 millions d'euros intégrant :

- -21,6 millions d'euros de charges non-courantes comprenant des charges de restructuration, l'arrêt d'un projet logistique devenu non-stratégique, un complément de prix relatif à l'acquisition de Saldi Privati, des honoraires de conseil et provisions pour risques, et diverses autres charges majoritairement sans impact sur la trésorerie
- -1,3 millions d'euros de charge d'impôt.

Structure bilantielle préservée

- Capitaux propres de 152 millions d'euros ;
- Division par près de 2 de la valeur des stocks à 48 millions d'euros au 31 décembre 2019 ;
- Trésorerie disponible brute de 49,0 millions d'euros ;
- Dette financière nette de 29,3 millions d'euros (dont 23,3 millions d'euros liés à IFRS 16) ;
- Reclassement de la dette financière bancaire à court terme. Discussions avancées avec les banques pour le renouvellement des lignes de financements.

Une trajectoire d'amélioration de la marge d'EBITDA confirmée au second semestre malgré un manque d'activité au T4

- Forte réduction de la perte d'EBITDA entre le premier et le second semestre (-8,3 millions d'euros vs -23,2 millions d'euros) ;
- EBITDA du second semestre à l'équilibre hors dépréciations de stocks exceptionnelles ;
- Premiers effets de la réduction des charges d'exploitation.

Perspectives

- Mise en place d'actions sur l'offre visant à améliorer la tendance d'activité ;
- Poursuite du plan visant à réduire les charges d'exploitations avec un focus fort sur la logistique et les frais généraux et administratifs ;
- Développement de nouveaux relais de croissance, notamment chez SRP Media.

Le Conseil d'Administration réuni ce jour a arrêté les états de synthèse du Groupe. Les procédures d'audit des comptes sont en cours. Les comptes consolidés du Groupe pour l'exercice clos au 31 décembre 2019 seront arrêtés et disponibles sur le site Internet de Showroomprivé (<https://www.showroomprivegroup.com/>) au plus tard le 30 avril 2020.

¹ EBITDA : résultat opérationnel courant neutralisé des amortissements - EBITDA [-31.4] : résultat opérationnel courant [-46.7] neutralisé des amortissements [+15.3].

CHIFFRES CLÉS 2019

(millions €)	2018	2019	Variation	S2 2018	S2 2019	Variation
Chiffre d'affaires net	672,2	615,6	-8,4%	356,8	313,5	-12,1%
Chiffre d'affaires Internet total	658,5	605,8	-8,0%	351,5	307,1	-12,6%
Marge Brute	243,8	187,5	-23,1%	133,4	98,8	-25,9%
Marge brute en % du CA	36,3%	30,5%	-5,8 pt	37,4%	31,5%	-5,9 pt
Charges opérationnelles	-249,4	-234,3	-6,1%	-132,8	-114,6	-13,7%
En % du chiffre du CA	37,1%	38,1%	+1,0 pt	37,2%	36,5%	-0,7 pt
EBITDA	5,1	-31,4	N.C	5,9	-8,3	N.C
Résultat net	-4,4	-70,5	N.C	2,1	-29,0	N.C

Commentant ces résultats, Thierry Petit et David Dayan, Co-fondateurs et Co-CEOs de Showroomprivé ont déclaré :

« L'année 2019 a été une année difficile et intense. Elle est fondatrice pour le développement de notre Groupe dans les prochaines années. Après plusieurs années de forte croissance, il s'agissait en effet de faire fortement évoluer le Groupe et notamment son modèle d'achat pour s'adapter aux évolutions de nos marchés.

Nous avons ainsi mené différentes restructurations et d'importantes opérations sur nos stocks, qui étaient devenus trop importants, ce qui a eu comme conséquence ponctuelle de fortement dégrader nos comptes.

Dans le même temps, nous avons travaillé à l'optimisation de l'ensemble de nos process et à la réduction de nos coûts. L'ensemble des chantiers est aujourd'hui bien avancé et nous a d'ailleurs permis de réaliser un EBITDA proche de l'équilibre hors dépréciations exceptionnelles de stocks au second semestre 2019 marquant ainsi une nette amélioration par rapport au premier semestre.

Notre priorité en 2020 sera de confirmer cette trajectoire d'amélioration de la rentabilité en poursuivant les actions d'optimisation avec notamment des gisements importants identifiés notamment sur la gestion logistique et la rationalisation du stockage.

L'un des enjeux sera pour nous également de stabiliser progressivement notre activité internet, qui sera encore en décroissance au premier semestre. Le renforcement de notre équipe commerciale et les actions que nous réalisons auprès des marques et le développement de nouvelles offres participeront à cet objectif, d'autant que notre base de clientèle a montré sa résilience une nouvelle fois en 2019.

Ce plan de marche se fera avec le soutien de nos partenaires financiers avec lesquels nous sommes en train de discuter d'un financement bancaire avec une maturité allongée, adaptée à notre trajectoire.

Nous vous donnons rendez-vous à la fin du premier semestre 2020 pour faire un nouveau point d'étape ».

COMMENTAIRES DÉTAILLÉS PAR TYPE D'INDICATEURS

Chiffre d'affaires

(millions €)	2018	2019	Variation
Chiffre d'affaires Internet			
France	546,2	506,8	-7,2%
International	112,3	99,0	-11,9%
International (périmètre comparable*)	107,3	98,8	-8,0%
Chiffre d'affaires Internet Total	658,5	605,8	-8,0%
Autres revenus	13,7	9,8	-28,8%
Chiffre d'affaires net	672,2	615,6	-8,4%

* Retraité de la fermeture des sites Polonais, Allemand et multidevises

Le chiffre d'affaires 2019 du Groupe ressort en baisse de -8,4% à 615,6 millions d'euros, après une accélération de cette tendance sur la fin du semestre. Ce repli s'explique par un environnement économique morose tout au long de l'exercice mais aussi par des décisions stratégiques :

- une sélectivité accrue vers les affaires à marges élevées et le basculement progressif du modèle d'achats fermes (20,3% des ventes en 2019 -5,3 points) vers des achats conditionnels et des ventes en « dropshipment² », diminuant de facto le nombre d'offres
- une rationalisation des activités à l'international entraînant la fermeture de certains pays et sites, associée à la réduction conséquente des investissements marketing, entraînant une baisse de la fréquentation de la plateforme internet

En détails, les ventes internet en **France** s'élèvent à 506,8 millions d'euros en baisse de -7,2% sur l'exercice. Elles ont été affectées, en plus des éléments cités précédemment, par l'absence d'une opération importante de la régie SRP Média au premier semestre. Le chiffre d'affaires 2019 de la régie, retraité de cette vente, est en croissance.

À l'**international**, le chiffre d'affaires est en recul de -11,9% et ressort à -8,0 % hors impact des fermetures des sites Polonais, Allemand et multidevises. Les activités de Saldi Privati ont enregistré une faible baisse en 2019 du fait d'une plus grande sélectivité des offres proposées.

Les **autres revenus**, comprenant les activités de ventes hors internet, sont en baisse de -28,8% sur l'année. Cette baisse est principalement liée à un effet prix, le Groupe ayant décidé de vendre massivement ses stocks non commercialisables sur internet (issus de dysfonctionnements dans la gestion des stocks et des invendus internet) à prix cassés dans un marché du déstockage physique fortement concurrentiel. Cette stratégie vise à assainir les stocks avec l'objectif de réduire à terme les coûts logistiques associés.

Indicateurs clés de performance*

	2018	2019	Variation
Acheteurs cumulés (en millions)**	9,0	9,8	+8,3%
Acheteurs (en millions)	3,5	3,2	-9,2%
dont acheteurs fidèles	2,4	2,4	-1,1%
<i>En % du nombre d'acheteurs total</i>	69,9%	76,2%	+6,2 pts
Nombre de commandes (en millions)	15,1	13,4	-11,4%
Chiffre d'affaires par acheteur***	176,0	176,0	0,0%
Nombre moyen de commandes par acheteur	4,3	4,2	-2,4%
Taille du panier moyen	40,6	41,6	+2,5%

* Hors Beauteprivee

** Les « Acheteurs cumulés » sont l'ensemble des acheteurs ayant effectué au moins un achat sur la plateforme du Groupe depuis son lancement

*** IFRS

L'optimisation des dépenses marketing associée au contexte économique morose s'est traduite par une baisse du nombre d'acheteurs de 9% durant l'année entraînant une baisse quasiment mécanique du nombre de commandes de 11%.

Toutefois, la concentration des efforts marketing sur la base d'acheteurs fidèles a permis sa consolidation à 2,4 millions de personnes, en ligne avec la mise en place de mesures visant à accroître l'engagement, la fidélisation et la préférence de la marque. Cette base représente dorénavant 76% du nombre d'acheteurs total, en progression de +6,2 points durant l'année et a généré 85,5% du chiffre d'affaires du Groupe.

De plus, l'attractivité intacte de la marque a permis au Groupe de continuer à étoffer sa base d'acheteurs uniques, avec le recrutement de 0,8 million de nouveaux acheteurs en 2019, tout en maintenant un chiffre d'affaires stable à 176 € par acheteur.

Structure de coûts

(millions €)	2018	2019	Variation	S1 2019	S2 2019	Variation
Chiffre d'affaires net	672,2	615,6	-8,4%	302,0	313,5	+3,8%
Coût des ventes	-428,5	-428,0	-0,1%	-213,3	-214,7	+0,6%
Marge brute	243,8	187,5	-23,1%	88,7	98,8	+11,4%
<i>Marge brute en % du CA</i>	36,3%	30,5%	-5,8 pt	29,4%	31,5%	+2,1 pt
Marketing*	-34,6	-24,7	-28,5 %	-12,1	-12,6	+4,2%
<i>en % du CA</i>	5,1%	4,0%	-1,1 pt	4,0%	4,0%	-0,0 pt
Logistique et traitement des commandes	-157,9	-152,4	-3,5%	-77,4	-75,0	-3,0%
<i>En % du CA</i>	23,5%	24,8%	+1,3 pt	25,6%	23,9%	-1,7 pt
Frais généraux et administratifs	-57,0	-57,2	+0,5%	-30,3	-26,9	-11,1%

² Livraison directe fournisseurs

<i>En % du CA</i>	8,5%	9,3%	+0,8 pt	10,0%	8,6%	-1,4 pt
Total des charges opérationnelles courantes	-249,4	-234,3	-6,1%	-119,8	-114,6	-4,4%
<i>En % du CA</i>	37,1%	38,1%	+1,0 pt	39,7%	36,5%	-3,1 pt
Résultat opérationnel avant coût des paiements en actions et autres produits et charges opérationnels	-5,7	-46,8	N.C	-31,1	-15,7	-49,4%
EBITDA	5,1	-31,4	N.C	-23,2	-8,3	-64,0%
Dont France	15,7	-24,6	N.C	-19,5	-5,0	-74,4%
Dont International	-10,6	-6,9	-35,4%	-3,7	-3,2	-12,5%

*Conformément aux recommandations de l'AMF, l'amortissement des actifs incorporels reconnus à l'occasion d'un regroupement d'entreprise, est présenté en « résultat opérationnel courant » au sein des dépenses marketing.

En 2019, la marge brute à 187,5 millions d'euros s'est contractée à 30,5% du chiffre d'affaires (-5,8 points) incluant :

- des opérations sur les stocks pour -34 millions d'euros, intégrant des dépréciations exceptionnelles sur stocks pour 21 M€ (dont 8 millions d'euros au second semestre) et un déstockage massif au second semestre d'invendus et de retour internet dans un marché BtoB dégradé afin de réduire drastiquement le volume de stock
- l'absence d'opérations importantes avec un client pour la régie SRP Média.

Retraité de ces éléments, la marge brute 2019 ressortirait à 36,5% du chiffre d'affaires total, soit une hausse de 0,2 point par rapport à 2018, en phase avec la stratégie de sélectivité accrue, dont les effets sont nettement visibles au second semestre. La marge du second semestre ressort d'ailleurs à 37,2% retraitée des éléments exceptionnels contre 35,5% au premier semestre, soit +2,2 points.

L'impact de la baisse de la marge brute a été atténué par la réduction de 15,1 millions d'euros des charges d'exploitation, dont 3,1 millions d'euros dus à l'IFRS 16, grâce à des économies au second semestre de près de 18,2 millions d'euros, qui ont largement compensées la hausse d'environ 3,1 millions au premier semestre. Cette performance s'illustre par :

- la réduction conséquente des dépenses marketing, en baisse de 9,8 millions d'euros (-28,5%) sur un an, dont 8,6 millions d'euros au second semestre 2019 par rapport au second semestre 2018, dorénavant focalisées vers la base de membres fidèles ;
- des frais logistiques en baisse de 5,5 millions d'euros par rapport à 2018, mais dont la part dans le chiffre d'affaires a augmenté de +1,3 points en raison de dysfonctionnements logistiques au premier semestre et des ajustements nécessaires au lancement du « dropshipment ». L'effort a été conséquent au second semestre avec une réduction de 8,2 millions d'euros par rapport au second semestre 2018 et 2,4 millions d'euros par rapport au premier semestre 2019 ;
- la hausse des dépenses de frais généraux et administratifs de 0,3 millions d'euros liée à Beautepriivee et des éléments non cash (augmentation des dépréciations liés aux projets passés). Néanmoins les mesures mises en place en 2018, visant la rationalisation des effectifs (-17% en 2019) ont commencé à porter leurs fruits au second semestre 2019, une baisse de 3,4 millions d'euros par rapport au premier semestre 2019.

En conséquence, l'EBITDA 2019 du Groupe s'établit à -31,4 millions d'euros, dont -23,2 millions d'euros au premier semestre et -8,3 millions d'euros au second semestre. **L'EBITDA marque ainsi une nette amélioration sur la deuxième partie de l'année, et ressort sur cette période à l'équilibre retraitée des dépréciations exceptionnelle de stocks.**

Le résultat opérationnel avant coût des paiements en actions et autres produits et charges opérationnels ressort à -46,8 millions d'euros à comparer à -5,7 millions d'euros au 31 décembre 2018.

Résultat net

<i>(millions €)</i>	2018	2019	Variation
Résultat opérationnel avant coût des paiements en actions et autres produits et charges opérationnels	-5,7	-46,8	-41,1
Autres produits et charges opérationnels	-0,7	-21,6	-21,0
Résultat opérationnel	-6,3	-68,4	-62,1
Coût de l'endettement financier	-0,2	-0,6	-0,4
Autres produits et charges financiers	-0,1	-0,1	-0,0
Résultat avant impôt	-6,6	-69,1	-62,5
Impôts sur les bénéfices	2,3	-1,3	-3,6
Résultat net	-4,4	-70,5	-66,1

Les autres produits et charges opérationnels (-21,6 millions d'euros) sont composées de charges non-courantes comprenant :

- -3.2 millions d'euros de charges de restructuration ;
- -2.7 millions d'euros d'honoraires de conseil et de provisions pour risques ;
- -3.5 millions d'euros relatifs à l'arrêt d'un projet devenu non-stratégique ;
- -2.3 millions d'euros de complément de prix relatif à l'acquisition de Saldi Privati.
- Environ -10 millions d'euros de provisions diverses sans impact sur la trésorerie.

Le Groupe constate par ailleurs une charge d'impôt de -1,3 millions d'euros. En conséquence, le résultat net du groupe ressort à -70,5 millions d'euros.

Éléments de trésorerie

(millions €)	2018	2019	S1 2019	S2 2019
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles	6,7	-26,0	-28,7	2,7
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	-17,9	-36,2	-30,5	-5,7
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	40,7	30,8	19,9	10,9
Variation nette de la trésorerie	29,5	-31,4	-39,3	7,9

La variation nette de la trésorerie sur 2019 ressort à -31,4 millions d'euros en raison :

- Des flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles qui s'élèvent à -26,0 millions d'euros, incluant notamment :
 - Une capacité d'autofinancement négative, reflet de la baisse de performance enregistrée, pour -50,1 M€
 - Une forte réduction du BFR liée à la réduction des stocks pour +26,4 M€

Il est à noter que les flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles ont été positifs de 2,7 M€ au second semestre

- Des flux de trésorerie liés aux activités d'investissement s'élèvent à -36,2 millions d'euros reflétant le paiement d'un montant de 22,3 millions d'euros pour l'acquisition des 40% du capital non encore détenus de la société Beautepriivee, et des capex nets de cessions d'immobilisations pour 13,8 millions d'euros (incluant 7,2 millions d'euros d'investissement dans le nouveau centre logistique).
- Des flux de trésorerie liés aux activités de financement de 30,8 millions d'euros (dont un impact de 3,0 millions d'euros IFRS 16), issus du tirage de ligne de financements courts termes.

Bilan

ACTIF (millions €)	2018	2019	PASSIF (millions €)	2018	2019
Total Actifs non-courants	204,5	224,3	Total Capitaux propres	223,2	152,2
Total Actif courants	253,7	164,1	Total passif non courant	25,3	20,8
<i>Dont stocks et en-cours</i>	99,1	48,4	<i>Dont dettes financières</i>	19,5	20,3
<i>Dont Trésorerie et équivalent</i>	80,4	49,0	Total Passif courant	209,7	215,4
			<i>Dont dettes financières</i>	22,7	58,1
Total Actif	458,3	388,4	Total des Passifs et capitaux propres	458,2	388,4

Les capitaux propres ressortent à 152,2 millions d'euros au 31 décembre 2019 intégrant le résultat net de l'exercice de -70,5 millions d'euros.

La dette financière nette du Groupe atteint 29,4 millions d'euros (6,0 millions d'euros hors IFRS 16) une dette financière brute de 78,4 millions d'euros (55,1 millions d'euros hors IFRS 16) et une trésorerie disponible de 49 millions d'euros.

Compte tenu des pertes enregistrées, le Groupe anticipe mécaniquement un bris de ses covenants bancaires, ce qui a comme conséquence le reclassement comptable de l'ensemble de la dette bancaire à moins d'un an, étant précisé que les banques ont renoncé à l'exigibilité le temps des négociations.

Le Groupe est actuellement en discussion avancée avec ses partenaires bancaires, pour le renouvellement de ses lignes de financements, incluant une maturité allongée en adéquation avec ses besoins de financements sur le moyen terme.

POURSUITE DES DÉVELOPPEMENTS STRATEGIQUES

➤ **Division par 2 des stocks du Groupe**

Des dysfonctionnements logistiques ont fortement affecté les stocks de la société ainsi que le rythme de leur écoulement. Les reliquats de stocks notamment liés à la gestion non efficiente des retours ont entraîné de nombreux surcoûts logistiques et a justifié le passage d'importantes dépréciations de valeurs. Le Groupe a de plus décidé d'accélérer la vente des stocks d'inventés et de retour à prix cassés dans un marché « Wholesale » durablement dégradé. Ainsi au 31 décembre 2019, le Groupe totalisait 48 millions d'euros de stocks et en-cours contre 99 millions d'euros au 31 décembre 2018, un niveau en phase avec le marché actuel. Peu de nouveaux stocks se sont constitués en 2019 du fait de l'impact de la baisse des achats fermes et le basculement du modèle vers des achats conditionnels et le dropshipment.

➤ **Transition vers un modèle d'achats conditionnels**

Afin de réduire le risque de stocks, le Groupe a poursuivi la transition de son modèle vers des achats conditionnels et le « dropshipment ». Ainsi, le poids des ventes fermes a diminué de 5,3 points par rapport à 2018 à 20,3% du chiffre d'affaires, compensé à l'inverse par une croissance de +5.6 points du dropshipment à 13,8%. Cette transition a eu pour effet de ne constituer que très peu de nouveaux stocks.

➤ **Internalisation de l'outil logistique**

L'ouverture du nouvel entrepôt mécanisé du Groupe au quatrième trimestre de 2019 devra permettre de gagner en efficacité sur les process logistiques avec une maîtrise accrue de ses flux. Les gains d'efficacité générés par cet accroissement de la capacité interne engendreront une baisse du coût par commande sur au moins 20% des flux à horizon 2020, et représenteront des économies au niveau de l'EBITDA de l'ordre de 4 millions d'euros en année pleine.

➤ **Évolution de la plateforme internet**

Tout au long de l'année, le Groupe a poursuivi ses développements à travers l'enrichissement des services et des fonctionnalités de sa plateforme Internet marchande. La refonte de la homepage, la géolocalisation des offres, un centre de notifications, un nouveau système d'information pour gérer l'ensemble de l'activité voyage, ainsi qu'un portail fournisseur destiné à l'offre de dropshipping ont notamment été mis en place en 2019.

PERSPECTIVES

Le groupe SRP entame l'exercice 2020 avec l'ambition de confirmer la trajectoire progressive d'amélioration de sa marge d'EBITDA.

SRP poursuivra sa stratégie de sélectivité au niveau des achats sur les affaires les plus rentables et continuera de privilégier les achats conditionnels et le dropshipment aux achats fermes. Afin d'atténuer la baisse mécanique du chiffre d'affaires liée à cette stratégie, le Groupe mène des actions afin de renforcer son offre et d'élargir le nombre de marques partenaires, en s'appuyant sur ses positions fortes et sur sa force de frappe de 10 millions d'acheteurs. Le Groupe entend également accélérer le développement de SRP Media avec de nouvelles offres Data.

Cette stratégie devrait continuer à avoir un impact favorable sur la marge brute, qui ne devrait plus comme en 2019 être affectée par des opérations exceptionnelles importantes sur les stocks.

Sur le plan des OPEX les actions d'optimisation vont se poursuivre. Le Groupe bénéficiera en 2020 de l'effet en année pleine de la réduction de ses frais généraux et administratifs. L'accent en 2020 portera essentiellement sur la rationalisation de la logistique et du stockage, avec la réduction progressive du nombre de sites et de partenaires et la montée en puissance de son nouvel entrepôt logistique.

Ainsi la mise en œuvre de cette stratégie en 2020 devrait permettre d'aborder la prochaine phase de développement du Groupe à compter de 2021 sur des bases assainies.

L'activité du Groupe n'est pas aujourd'hui directement impactée par les différentes perturbations liées à l'épidémie covid-19, hormis sur l'activité « voyages », qui représente toutefois une faible part de son chiffre d'affaires (2,4% du chiffre d'affaires en 2019). Le Groupe reste cependant attentif à l'évolution de la situation en Italie ainsi qu'à l'évolution de la stratégie de stockage/déstockage des marques partenaires notamment dans le domaine de la mode, compte tenu du retard probable de livraison des nouvelles collections dans leurs magasins.

*
* *

DECLARATIONS 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.

PROCHAINES INFORMATIONS

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2020 : début mai 2020

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 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 2019 un volume d'affaires brut TTC de plus de 821 millions d'euros, et un chiffre d'affaires net de 616 millions d'euros. Le Groupe emploie plus de 950 personnes.

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



CONTACTS

Showroomprivé

François de Castelnau, Directeur financier
investor.relations@showroomprive.net

Priscilla Le Minter, Communication
priscilla.leminter@showroomprive.net
+33 1 76 21 50 16

ACTUS finance & communication

Grégoire Saint-Marc, Relations Investisseurs
showroomprive@actus.fr
+33 1 53 67 36 94

Alexandra Prisa, Relations Presse
aprisa@actus.fr
+33 1 53 67 36 90

ANNEXES

COMPTE DE RESULTAT

(milliers €)	2018	2019	%Croissance	S2-18	S2-19	%Croissance
Chiffre d'affaires net	672 233	615 562	-8,4%	356 757	313 519	-12,1%
Coût des marchandises	-428 465	-428 018	-0,1%	-223 390	-214 688	-3,9%
Marge brute	243 769	187 544	-23,1%	133 367	98 831	-25,9%
<i>Marge brute en % du chiffre d'affaires</i>	36,3%	30,5%	-5,8 pt	37,4%	31,5%	-5,9 pt
Marketing ¹	-34 551	-24 706	-28,5 %	-21 225	-12 605	-40,6%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	5,1%	4,0%	-1,1 pt	5,9%	4,0%	-1,9 pt
Logistique et traitement des commandes	-157 895	-152 373	-3,5%	-83 222	-75 009	-9,9%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	23,5%	24,8%	+1,3 pt	23,3%	23,9%	+0,6 pt
Frais généraux et administratifs	-56 976	-57 247	+0,5%	-28 320	-26 942	-4,9%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	8,5%	9,3%	+0,8 pt	7,9%	8,6%	+0,7 pt
Total des charges opérationnelles	-249 422	-234 326	-6,1%	-132 766	-114 556	-13,7%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	37,1%	38,1%	+1,0 pt	37,2%	36,5%	-0,7 pt
Résultat opérationnel courant	-5 653	-46 782	<i>N.C</i>	600	-15 725	<i>N.C</i>
Autres produits et charges opérationnels	-681	-21 638	<i>N.C</i>	-1 596	-8 836	<i>N.C</i>
Résultat opérationnel	-6 334	-68 420	<i>N.C</i>	-996	-24 561	<i>N.C</i>
Coût de l'endettement financier	-224	-591	+163,8%	-131	-381	+191,5%
Autres produits et charges financiers	-77	-122	<i>N.C</i>	-155	-126	<i>N.C</i>
Résultat avant impôt	-6 636	-69 133	<i>N.C</i>	-1 282	-25 069	<i>N.C</i>
Impôts sur les bénéfices	2 280	-1 329	<i>N.C</i>	3 409	-3 974	<i>N.C</i>
Résultat net	-4 356	-70 462	<i>N.C</i>	2 128	-29 042	<i>N.C</i>
EBITDA	5 120	-31 440	<i>N.C</i>	5 893	-8 276	<i>N.C</i>
<i>EBITDA en % du chiffre d'affaires</i>	0,8%	<i>N.C</i>	<i>N.C</i>	1,7%	<i>N.C</i>	<i>N.C</i>

¹Conformément aux recommandations de l'AMF, l'amortissement des actifs incorporels reconnus à l'occasion d'un regroupement d'entreprise, est présenté en « résultat opérationnel courant » au sein des dépenses marketing.

INDICATEURS DE PERFORMANCE¹

	2018	2019	%Croissance	S2-2018	S2-2019	%Croissance
INDICATEURS CLIENTELE						
Acheteurs cumulés (en milliers)	9 031	9 785	+8,3%	9 031	9 785	8,3%
<i>France</i>	7 200	7 749	+7,6%	7 200	7 749	7,6%
<i>International</i>	1 831	2 035	+11,2%	1 831	2 035	11,2%
Acheteurs (en milliers)	3 481	3 162	-9,2%	2 499	2 352	-5,9%
<i>France</i>	2 783	2 533	-9,0%	2 021	1 898	-6,1%
<i>International</i>	698	629	-9,9%	478	453	-5,0%
Chiffre d'affaires par acheteur (€)	176,0	176,0	0,0%	130,3	120,2	-7,7%
<i>France</i>	180,3	181,2	+0,5%	132,4	123,1	-7,0%
<i>International</i>	159,1	155,3	-2,4%	121,6	108,7	-10,6%
COMMANDES						
Nombre de commandes (en milliers)	15 085	13 368	-11,4%	8 084	6 660	-17,6%
<i>France</i>	12 232	10 837	-11,4%	6 596	5 395	-18,2%
<i>International</i>	2 854	2 530	-11,3%	1 489	1 265	-15,0%
Nombre moyen de commandes par acheteur	4,3	4,2	-2,4%	3,2	2,8	-12,5%
<i>France</i>	4,4	4,3	-2,6%	3,3	2,8	-12,9%
<i>International</i>	4,1	4,0	-1,6%	3,1	2,8	-10,5%
Taille du panier moyen (€)	40,6	41,6	+2,5%	40,3	42,5	+5,5%
<i>France</i>	41,0	42,3	+3,2%	40,6	43,3	+6,8%
<i>International</i>	38,9	38,6	-0,8%	39,0	39,0	-0,1%

¹ Hors Beauteprivee

BILAN

(milliers €)	2018	2019
ACTIFS NON COURANTS		
Goodwill	123 685	123 685
Autres immobilisations incorporelles	53 271	54 466
Immobilisations corporelles	20 762	44 849
Autres actifs non-courants	6 813	1 348
Total des actifs non-courants	204 531	224 348
ACTIFS COURANTS		
Stocks et en-cours	99 061	48 373
Clients et comptes rattachés	32 005	20 548
Créances d'impôt	4 938	4 657
Autres actifs courants	37 325	41 443
Trésorerie et équivalents de trésorerie	80 409	49 049
Total des actifs courants	253 738	164 070
Total des actifs	458 270	388 418
Emprunts et dettes financières	19 503	20 349
Engagements envers le personnel	101	65
Autres provisions	545	347
Impôts différés	5 182	77
Total des passifs non-courants	25 333	20 838
Emprunts et concours bancaires (part à moins d'un an)	22 723	58 064
Fournisseurs et comptes rattachés	140 316	110 470
Autres passifs courants	46 647	46 870
Total des passifs courants	209 686	214 405
Total des passifs	235 019	236 243
Total des capitaux propres	223 250	152 175
Total des passifs et des capitaux propres	458 270	388 418

FLUX DE TRESORERIE

(milliers €)	2018	2019	S2-2018	S2-2019
Résultat net consolidé	-4 355	-70 462	2 128	-29 042
<i>Ajustements et autres</i>	5 542	20 360	4 377	10 334
Capacité d'autofinancement après coût de l'endettement financier net et impôt	1 187	-50 101	6 505	-18 707
<i>Élim, de la charge (produit) d'impôt</i>	-2 280	1 329	-3 409	3 975
<i>Élim, du coût de l'endettement financier net</i>	224	591	131	381
<i>Incidence de la variation du besoin en fonds de roulement</i>	5 533	26 385	21 202	18 559
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles avant impôt	4 664	-21 796	24 429	4 208
<i>Impôts payés</i>	2 046	-4 226	1 011	-1 526
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles	6 710	-26 022	25 440	2 682
Incidence des variations de périmètre	0	-22 317	0	-
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles	-18 306	-16 720	-10 735	-5 885
Variation des prêts et avances consentis	84	-48	118	89
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	292	2 898	2 612	64
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	-17 930	-36 187	-8 005	-5 732
Augmentation de capital	37 978	-44	37 978	-44
Cession (acquisition) nette d'actions propres	-183	7	-254	101
Capital émis, primes d'émissions et réserves	39	-	28	-2
Émission d'emprunts	21 700	35 827	21 679	13 606
Remboursement d'emprunts	-18 595	-4 339	-18 027	-2 349
Intérêts financiers nets versés et autres	-202	-613	-456	-376
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	40 737	30 839	40 948	10 936
Variation de la trésorerie	29 527	-31 356	58 388	7 897

RECONCILIATION DES VENTES INTERNET BRUTES AVEC LE CHIFFRE D'AFFAIRES INTERNET IFRS

(milliers €)	2018	2019
Total des ventes Internet brutes¹	906 729	821 896
Taxe sur la valeur ajoutée ²	-142 575	-128 284
Impacts de la reconnaissance du chiffre d'affaires ³	-120 172	-102 398
Chiffre d'affaires hors Internet et autre ⁴	28 252	24 349
Chiffre d'affaires (IFRS)	672 233	615 562

(1) Correspond au montant total facturé aux acheteurs au cours d'une période donnée.

(2) La taxe sur la valeur ajoutée est appliquée à chaque vente, le taux applicable de taxe sur la valeur ajoutée dépend du pays où l'acheteur est établi,

(3) Ajustements comptables aux fins de reconnaissance du chiffre d'affaires incluant : (i) les écarts temporels dus au fait que certains critères (e.g. livraison) doivent être remplis avant de reconnaître le chiffre d'affaires ; (ii) l'impact des remboursements accordés pour les annulations et les retours, qui sont reconnus comme une réduction du chiffre d'affaires ; et (iii) l'effet de la présentation de certaines ventes d'offres de voyage sur une base nette lorsque le Groupe agit en tant qu'agent.

(4) Le poste « chiffre d'affaires hors Internet et autres » correspond principalement au chiffre d'affaires généré par les ventes hors ligne aux grossistes, y compris les reventes hors ligne d'articles vendus en ligne et ayant fait l'objet d'un retour.