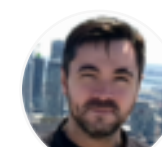


AUTEUR :



Matthieu Guinebault

PUBLIÉ LE

12 mars 2021

TEMPS DE LECTURE

3 minutes

Showroomprivé confirme son retour au vert en 2020

Le portail de vente ShowroomPrivé indique avoir réalisé une performance record en 2021, avec un chiffre d'affaires en progression de 13,3% à 697,5 millions d'euros, tandis que la marge brute progresse de 45,6% à 273 millions d'euros. Des chiffres qui, pour la direction marque la réussite du plan performance 2018-2020.



ShowroomPrivé IRL

PARTAGER



TÉLÉCHARGER



IMPRIMER



TAILLE DU TEXTE

AA+

AA-

De 31,4 millions d'euros de pertes en 2019, le groupe affiche sur l'exercice 2020 un Ebitda de 42 millions d'euros. La marge brute passe de son côté de 30,5 à 39,1%. Résultat obtenu "grâce à l'efficacité des actions stratégiques (sélectivité accrue des affaires, poursuite de la transition du modèle d'achats fermes vers le *dropshipping*, meilleure gestion des retours fournisseurs et des stocks)", souligne la direction.

La France a été le principal moteur de cette croissance, avec un chiffre d'affaires en progression de 15,4% à 581,7 millions d'euros, tandis que l'activité Internationale s'est renforcée de 7,5% à 106,4 millions d'euros. Le site indique avoir proposé les produits de quelque 3.000 marques partenaires durant l'exercice, en hausse de 50%. Le nombre de clients s'est lui renforcé de 5,1% à 3,3 millions. Consommateurs dont le rythme d'achat est resté stable (4,3 commandes en moyenne), mais qui ont renforcé de 6,7% le panier moyen (44,2 euros).

PUBLICITÉS



"Les actions simultanées sur la croissance, la rentabilité et la solidité du bilan, ont porté leurs fruits et ont prouvé la pertinence et la pérennité du positionnement du Groupe" se félicitent les co-PDG, [Thierry Petit](#) et David Dayan. " Nous avons œuvré sur tous les fronts et grâce aux actions de restructuration de notre bilan, nous avons pu renforcer considérablement notre situation financière, avec une trésorerie brute de près de 131 millions d'euros et le retour à une trésorerie nette de 11 millions d'euros".

Comme l'expliquait récemment Thierry Petit à FashionNetwork.com ([relire notre interview](#)), l'année 2021 va être marquée par plusieurs évolutions. Notamment par la mise en avant de l'offre beauté proposée via BeautéPrivée, mais aussi par le renforcement des relations avec les grandes marques, afin d'accroître les parts de marché tout en maîtrisant la marge brute. Le portail va en outre mené le basculement de son modèle d'achat vers le *dropshipping*, qui permet d'expédier les commandes directement depuis les entrepôts de marques. Un facteur notable d'économie.



ShowroomPrivé IRL

"Notre marketplace sera l'un [des grands sujets de l'année 2021](#)", nous expliquait en outre Thierry Petit fin 2020. "C'est notre moyen de proposer des collections plus permanentes, actuelles, avec quand même une décote pour rester dans notre ADN. Et cela nous permet d'accélérer sur des secteurs qui sont plus complexes à aborder dans la vente événementielle, comme la maison. Et, enfin, cela permet de nous ouvrir à des PME et groupes de moyenne taille en quête d'audience. Et, comme le *dropshipping*, cela nous permet aussi de réduire encore un peu plus notre empreinte carbone".

ShowroomPrivé avait connu au dernier trimestre 2020 le plus fort taux d'activité historique du groupe, avec des ventes atteignant 700 millions d'euros, contre 616 millions d'euros sur la même période en 2019. Ciblant principalement les consommatrices de mode, le site s'est en effet inscrit dans le fort renforcement des ventes en ligne d'habillement constaté à l'occasion de la crise sanitaire. En 2020, 21% des ventes de mode ont été effectuées en ligne, contre 17% l'année précédente.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés.
© 2021 FashionNetwork.com

TAGS : [MODE](#) [DIVERS](#) [BUSINESS](#)

VOIR AUSSI



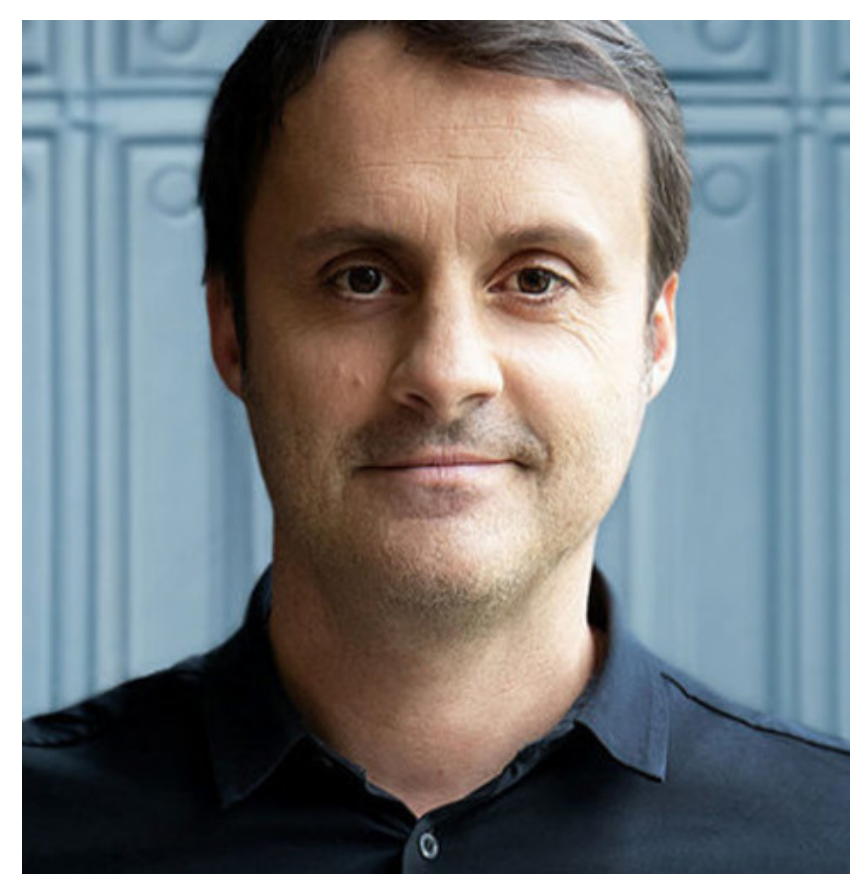
Mirakl revendique une hausse de 110% du volume d'affaires généré en 2020

Il y a un mois



Le Marché des Modes à Roubaix passe au format digital

Il y a 3 mois



Thierry Petit (Showroomprivé): "Notre problème est que nous avions plus grosi que grandi"

Il y a 4 mois



"Noël sans Amazon": quelles options alternatives au géant américain?

Il y a 4 mois

PLAN DU SITE

[ACTUALITÉ](#)
[EMPLOI](#)
[VIDÉOS](#)
[DÉFILÉS](#)
[GALERIES](#)
[AGENDA](#)[QUI SOMMES-NOUS](#)
[PARTENAIRES](#)
[DEVENIR ANNONCEUR](#)
[CONTACT](#)
[INFORMATIONS LÉGALES](#)
[CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE](#)

SUIVEZ-NOUS



Cliquez ici pour consulter la dernière newsletter