

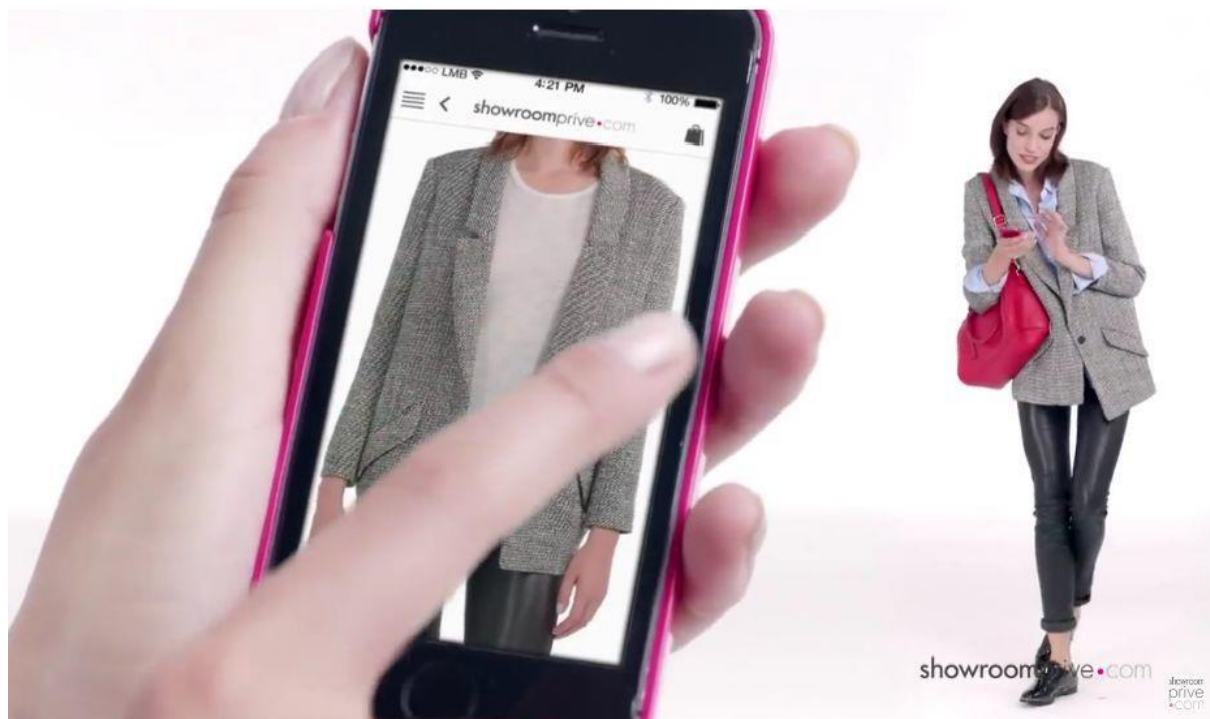
Showroomprivé à nouveau dans le vert

MICKAËL DENEUX |

LSA COMMERCE CONNECTÉ, E-COMMERCE, CHIFFRE CLÉ

PUBLIÉ LE 12/03/2021

Selon ses résultats annuels publiés ce jeudi, le pure player dégage un bénéfice net de 13,9 millions d'euros en 2020. Une spectaculaire progression eu égard de l'exercice 2019 où l'entreprise accusait une perte de 70,5 millions d'euros. Le chiffre d'affaires progresse de plus de 13% en comparable.



Après plusieurs exercices de vaches maigres, Showroomprivé repasse dans le vert. Le chiffre d'affaires de la plateforme en ligne française, qui a publié ses résultats annuels ce jeudi, s'élève à 697,5 millions d'euros, soit une progression de plus de 13% en comparable. Mais surtout l'entreprise dégage un bénéfice net de 13,9 millions d'euros. Une spectaculaire progression eu égard de l'exercice précédent où l'e-commerçant accusait une perte de 70,5 millions d'euros.

Résultat net			
<i>(millions €)</i>	2019	2020	Variation
Résultat opérationnel avant coût des paiements en actions et autres produits et charges opérationnels	-46,8	25,4	+72,2
Autres produits et charges opérationnels	-21,6	-3,7	+17,9
Résultat opérationnel	-68,4	21,7	+90,1
Coût de l'endettement financier	-0,6	-0,9	-0,3
Autres produits et charges financiers	-0,1	0	+0,1
Résultat avant impôt	-69,1	20,8	+89,9
Impôts sur les bénéfices	-1,3	-6,9	-5,6
Résultat net	-70,5	13,9	+84,4

Stratégie de relance efficace

L'excédent brut d'exploitation (**Ebitda**) est également en forte progression. Ce dernier s'élève à 42 millions d'euros en 2020, alors qu'il était de -31,4 millions d'euros en 2019. Cette progression de l'activité est aussi tangible pour le volume d'affaires qui s'établit à 962,2 millions d'euros, soit une progression de +13,1% en comparable. L'indicateur englobe le montant total de la transaction facturée en incluant les ventes Internet brutes, y compris les ventes sur la Marketplace, les autres services et autres revenus.

Le groupe qui était dans le rouge depuis 2017 récolte ainsi les fruits de sa **stratégie de relance amorcé depuis le début de l'année 2020**. Le pure player bénéficie aussi d'une conjoncture favorable, avec la crise sanitaire qui a été un terreau fertile pour les ventes en ligne. Au cours de l'année écoulée, 3,3 millions de personnes ont réalisé au moins

une commande sur le pure player et 10,6 depuis le lancement de la plateforme. Au global, 800 000 nouveaux acheteurs ont été captés sur 2020.

Dans ce contexte d'horizon dégagé, le pure player a pour ambition et perspective de poursuivre sa logique de croissance rentable. Il entend capitaliser sur sa base unique d'environ 25 millions de membres au total et agrandir son portefeuille de près de 3000 marques partenaires. Le développement continu de ses relais de croissance, tels que SRP Media, la nouvelle Marketplace, SRP Studio et une potentielle reprise des activités Billetterie et Voyage dans le cas d'un retour à un contexte sanitaire plus propice.