

CHIFFRE D'AFFAIRES NET DU PREMIER TRIMESTRE 2021 : 178,4 M€ EN HAUSSE DE +51%

DYNAMIQUE DE CROISSANCE CONFORTÉE

La Plaine Saint Denis, le 28 avril 2021 – Showroomprivé (SRP Groupe), acteur européen de premier plan de la vente en ligne à destination de la Digital Woman, publie son chiffre d'affaires en très forte progression pour le premier trimestre clos au 31 mars 2021.

Bonne orientation de l'ensemble des indicateurs

- Chiffre d'affaires net en hausse de 51%, amplifiée par une base de comparaison favorable ;
- Dynamique de croissance homogène en France et à l'international, toujours tirée par les secteurs stratégiques « Mode et Beauté » et par l'accélération durable de la pénétration de l'e-commerce ;
- Performance soutenue par un effet volume (3,6 millions de commandes sur le trimestre (+36%) et par l'augmentation du panier moyen (+14%)) ;
- Succès d'une offre de plus en plus diversifiée et qualitative, enrichie en marques premium ;
- Acquisition continue de nouveaux membres, couplée à une bonne transformation (200 000 nouveaux acheteurs) ;
- Lancement de la nouvelle Marketplace et bonne activité trimestrielle de la régie SRP Media.

Confirmation de la trajectoire de croissance rentable en 2021

- Capter durablement l'accélération de la pénétration de l'e-commerce ;
- Capitaliser sur la puissance de notre base de membres et d'acheteurs fidèles ;
- Continuer d'étoffer notre portefeuille de marques en maintenant une sélectivité forte ;
- Accélérer le développement des relais de croissance, tels que SRP Media, la nouvelle Marketplace, SRP Studio ;
- Poursuivre le strict contrôle et l'optimisation continue des OPEX ;
- Bénéficier de l'effet de levier de la croissance sur la rentabilité (bonne absorption des charges fixes).

Commentant cette performance, Thierry Petit et David Dayan, co-fondateurs et co-CEOs de Showroomprivé ont déclaré : « L'année 2021 démarre de manière prometteuse et conforte l'ensemble de nos actions stratégiques. Si nous avons bénéficié sur ce trimestre d'une base de comparaison favorable, nous continuons surtout de capitaliser sur l'intense travail fourni ces derniers mois qui nous a permis d'enrichir notre offre en marques premium et de répondre pleinement aux attentes de notre base d'acheteurs qui ne cesse de se renforcer. Nous attirons en effet beaucoup de nouveaux membres, plus de 620 000 sur ce premier trimestre, avec une transformation particulièrement élevée dans un contexte toujours favorable. Nous prenons des parts de marché et tous les indicateurs opérationnels sont au vert, y compris sur le plan de la rentabilité, le niveau d'activité enregistré ayant notamment permis une très bonne absorption des charges fixes sur ce premier trimestre. Showroomprivé devrait continuer à recueillir les fruits de son optimisation opérationnelle et conforter sa trajectoire de croissance rentable. »

FAITS MARQUANTS T1 2021

Analyse du chiffre d'affaires

	T1 2020	T1 2021	Variation
Chiffre d'affaires net (millions €)	118,2	178,4	+50,9%
Chiffre d'affaires internet	114,8	176,5	+53,7%
Chiffre d'affaires autres revenus ¹	3,3	1,8	-45,1%

Le **chiffre d'affaires net** du Groupe ressort en forte croissance de +50,9% à 178,4 millions d'euros au premier trimestre 2021. Le chiffre d'affaires internet ressort en croissance supérieure : +53,7%, à 176,5 millions d'euros, enregistrant une forte croissance sur la quasi-totalité des secteurs de vente. La performance trimestrielle est d'autant plus remarquable que le segment billetterie/voyage reste encore logiquement impacté par les effets de la crise sanitaire actuelle.

En détails, les ventes internet en France s'élèvent à 147,0 millions d'euros en croissance de +51,8 % sur la période, bénéficiant du dynamisme des activités « core business » de ventes Internet. En parallèle, au cours de ce premier trimestre, Showroomprivé a poursuivi le développement de ses relais de croissance avec une bonne performance de la régie SRP Media et le lancement de la nouvelle Marketplace.

À l'international, le chiffre d'affaires internet progresse plus vite qu'en France à +64,1 % pour atteindre 29,5 millions d'euros, bénéficiant de l'effet de l'enrichissement de l'offre et d'un retour à un solide niveau de génération de revenus pour Saldi Privati.

Cette performance s'inscrit dans la continuité de celle enregistrée en 2020, tout en bénéficiant sur ce trimestre d'une base de comparaison favorable, le premier trimestre 2020 étant la dernière période d'impact négatif lié au travail de sélectivité de l'offre avant que Showroomprivé ne commence à récolter les fruits de ses actions stratégiques et de l'accélération durable de la pénétration de l'e-commerce en général, constatée depuis le début de la crise sanitaire.

Durant la période, le Groupe a poursuivi également le basculement de son modèle vers le dropshipping (25% des ventes soit +4 points comparé au T1 2020), tout en continuant de saisir des opportunités ponctuelles d'achats fermes.

Le chiffre d'affaires des autres activités (déstockage physique d'inventus ou de retour internet), s'élève à 1,8 million d'euros. L'évolution de cette ligne de revenus, non stratégique et peu rémunératrice, demeure variable d'un trimestre à l'autre du fait notamment des opérations ponctuelles de déstockage lancées par le Groupe sur le marché physique. Pour mémoire, au T1 2020, le Groupe avait finalisé la vente de ses reliquats stocks générant un chiffre d'affaires de 3,3 millions d'euros.

Analyse des indicateurs clés de performance (Hors Beautéprivée)

	T1 2020	T1 2021	Variation
Acheteurs cumulés* (en millions)	9,9	10,8	+9,2%
Acheteurs** (en millions)	1,2	1,5	+26,0%
dont acheteurs fidèles***	1,1	1,3	+24,6%
<i>En % du nombre d'acheteurs total</i>	89%	87%	-2 pt
Nombre de commandes (en millions)	2,6	3,6	+35,8%
Chiffre d'affaires par acheteur (IFRS)	86,7	106,6	+22,8%
Nombre moyen de commandes par acheteur	2,2	2,4	+7,8%
Taille du panier moyen (€)	39,2	44,7	+13,9%

* L'ensemble des acheteurs ayant effectué au moins un achat sur la plateforme du Groupe depuis son lancement

** Membre ayant effectué au moins une commande au cours de l'année

*** Membre ayant effectué au moins une commande au cours de l'année et au moins une commande lors des années précédentes

Avec une augmentation depuis le 1er janvier 2021 de 0,2 million d'acheteurs cumulés, le Groupe confirme sa capacité à attirer et à convertir de nouveaux clients grâce notamment au succès des campagnes marketing. Le contexte publicitaire a continué de permettre au Groupe de saisir des opportunités de visibilité multi-supports à coût compétitif et d'amplifier la visibilité de l'offre.

¹ Les autres revenus sont constitués de l'ensemble des activités de déstockage physique, aussi bien issues du traitement des retours que de l'écoulement des reliquats de stocks et des activités de SRP Studios.

En effet, cette politique d'investissements ciblés et répétée depuis plusieurs trimestres génère des effets d'entraînement vertueux à court et moyen termes sur la dynamique d'acquisition des nouveaux membres.

Le maintien d'un niveau élevé d'acquisition de nouveaux membres, associé au développement continu de la base d'acheteurs fidèles ont entraîné une hausse de 26% du nombre d'acheteurs sur la période. Concomitamment, l'enrichissement de l'offre en nouvelles marques premium a continué de tirer la hausse du panier moyen pour atteindre 44,7 € et le nombre de commandes par acheteur (+7,8%), permettant d'atteindre un chiffre d'affaires par acheteur de 106,6€ au premier trimestre 2021, en croissance de +22,8% en un an.

PERSPECTIVES

Ce début d'exercice très dynamique conforte la trajectoire de croissance rentable du Groupe, la marge d'EBITDA² (en % du chiffre d'affaires) sur cette période confortant celle observée sur le second semestre 2020.

Au cours des prochains trimestres, le Groupe continuera de s'appuyer sur :

- la puissance de sa plateforme soutenue par une base solide d'environ 25 millions de membres;
- la poursuite des actions de renforcement et fidélisation des grandes marques, notamment dans les activités internet, afin d'accroître la part de marché tout en maîtrisant la marge brute ;
- le basculement du modèle d'achats vers le dropshipping ;
- le développement continu de ses relais de croissance, tels que SRP Media, sa nouvelle Marketplace, SRP Studio et une reprise des activités Billetterie et Voyage dans le cas d'un retour à un contexte sanitaire plus favorable ;
- le strict contrôle et l'optimisation continue des OPEX. L'accent est porté sur la gestion du stock, la poursuite de la rationalisation de la logistique et la montée en puissance de son nouvel entrepôt automatisé.

² L'EBITDA, selon la définition utilisée par la Société, est obtenu en éliminant du résultat net : l'amortissement des actifs reconnus à l'occasion d'un regroupement d'entreprises ; les amortissements sur les immobilisations incorporelles et corporelles ; les coûts des paiements en actions, qui comprennent la charge résultant de l'étalement de la juste valeur des actions gratuites et options de souscription d'actions attribuées au personnel ; les autres charges ou produits opérationnels non récurrents, le coût de l'endettement financier net et les autres produits et charges financiers, la charge d'impôt de l'année.

PROCHAINES INFORMATIONS

Résultats semestriels 2021 le 29 juillet 2021

DÉCLARATIONS 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.

À 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 3 000 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 2020 un volume d'affaires brut TTC³ de plus de 962 millions d'euros, et un chiffre d'affaires net de 698 millions d'euros. Le Groupe emploie plus de 950 personnes.

Pour plus d'information : <http://showroomprivégroupe.com>



CONTACTS

Showroomprivé

Sylvie Chan Diaz, Relation Investisseurs
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

Manon Clairret, Relations Presse
mclairret@actus.fr
+33 1 53 67 36 73

³ Le volume d'affaires («GMV») représente, toutes taxes comprises, le montant total de la transaction facturée et inclut donc les ventes Internet brutes, y compris les ventes sur la Marketplace, les autres services et autres revenus