

AUTEUR :

ShowroomPrivé affiche une hausse de 51% au premier trimestre

Le portail de vente Showroomprivé indique avoir généré 178,4 millions d'euros de chiffre d'affaires net sur son premier trimestre clos fin mars. Une hausse de 51% par rapport aux trois premiers mois de 2020, qui offraient une base de comparaison favorable du fait de la réorganisation stratégique alors à l'œuvre.

Publié le 29 avr. 2021



Les ventes en ligne tricolores ont généré 147 millions d'euros sur le trimestre. Une hausse de 51,8% qui s'explique notamment par le développement de la SRP Media ainsi que par le déploiement de la nouvelle marketplace du portail, destinée à jouer les relais de croissance. Les ventes en ligne internationales ont quant à elles généré 29,5 millions d'euros, en progression de 64,1%, notamment grâce aux bons résultats de Saldi Privati.

Le portail indique avoir poursuivi en ce début d'année le basculement de son modèle vers le dropshipping, qui permet de faire partir les commandes directement depuis les stocks des marques partenaires. Une activité qui a représenté 25% des ventes sur le trimestre, en progression de 4 points. Mais l'entreprise continue à saisir des opportunités ponctuelles en termes d'achats fermes de stocks auprès des marques, souligne les cofondateurs Thierry Petit et David Dayan, qui saluent un début d'année prometteur.

"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", indique le binôme. "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".

Le portail affichait sur le trimestre un panier moyen de 44,7 euros, en progression de 13,9%, tandis que le nombre d'achat moyen par acheteur est passé de 2,2 à 2,4%. Le nombre de commande s'inscrit au final en progression de 35,8%, pour atteindre les 3,6 millions.

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