

## RÉSULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2022 :

### SOLIDITÉ DU MODÈLE DANS UN ENVIRONNEMENT DE MARCHÉ DÉGRADÉ

- VOLUME D'AFFAIRES (GMV<sup>1</sup>) : 431,9 M€
- CHIFFRE D'AFFAIRES : 305,4 M€
- EBITDA : 11,2 M€ SOIT 3,7% DU CA

La Plaine Saint Denis, le 28 juillet 2022 – Showroomprivé (SRP Groupe), groupe européen spécialisé dans la *smart shopping*, publie ses résultats pour le premier semestre clos le 30 juin 2022.

#### Baisse de l'activité dans un environnement de marché dégradé

- Chiffre d'affaires net en baisse de -21,3%, tenant compte d'une base de comparaison défavorable jusqu'à mi-mai 2021, porté par les restrictions liées à la crise sanitaire et avant la réouverture des magasins ; une baisse en ligne avec l'évolution de l'ensemble du secteur ;
- Baisse d'activité liée à un contexte macroéconomique et géopolitique marqué par une réduction croissante du pouvoir d'achat des ménages, ainsi que par les sujets persistants de capacités de production et d'approvisionnement réduites en Asie ;
- Chiffre d'affaires qui reste en légère augmentation par rapport au S1 2019 et S1 2020 ;
- Bonne performance du segment Voyage & Billetterie, qui ne compense que partiellement le recul de certains segments (notamment la Mode) en raison de la comptabilisation IFRS des revenus Voyages ;
- Maintien à un niveau plus élevé des achats et ventes fermes dans un contexte de pénurie de stocks, de manière à sécuriser l'offre de bonne qualité et à favoriser une livraison plus rapide et une meilleure satisfaction clients ;
- Hausse du panier moyen (+9,1%) soutenue par l'enrichissement et la premiumisation de l'offre ;
- Bon semestre pour SRP Media qui continue à dégager une bonne rentabilité ;
- Chiffre d'affaires de Beauté Privée toujours pénalisé suite à la migration de la plateforme mais qui devrait désormais bénéficier de la mise en place des partenariats noués avec des marques de renom ;
- Marketplace en phase de montée en puissance, qui ressort une performance en ligne avec les attentes mais ne peut néanmoins pas produire ses pleins effets dans la conjoncture actuelle.

#### 1<sup>er</sup> semestre très actif : adaptation continue du modèle aux évolutions du marché

- **Acquisition stratégique de The Bradery**
  - Finalisée au 31 mai 2022, l'acquisition permet au Groupe de se renforcer sur une clientèle plus jeune et d'accélérer son mouvement de premiumisation ;
  - Mise en œuvre des premières synergies de revenus avec des ventes croisées et des efforts commerciaux conjoints ;
  - Début de la mise en place concrète de synergies de coûts, qui devrait produire ses effets à partir du second semestre, et intégration au sein du réseau logistique SRP prévue au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2023.
- **Rachat d'actions par SRP Groupe et renforcement de David Dayan au capital de SRP Groupe**
  - SRP Groupe a conclu un accord avec Thierry Petit\* en vue du rachat de 3,3% du capital environ destinés à pourvoir des plans d'actions gratuites existants et futurs ;
  - Conclusion d'un accord en vue de la cession de 11,7% du capital de la Société détenu par Thierry Petit\* à David Dayan, sous condition suspensive de l'obtention d'une décision de l'Autorité des Marchés Financiers de dérogation à offre publique devenue définitive ;
  - Par ailleurs, Thierry Petit a également conclu un accord portant sur la cession de 2,5% du capital environ à un actionnaire existant hors concert majoritaire.
- **Lancement du Village, nouvel univers premium permanent à prix accessibles**
  - Espace privilégié à destination des meilleurs membres de Showroomprivé ;
  - Ambition de digitaliser l'expérience client des outlets physiques ;
- **Amélioration de la notation extra-financière du Groupe**

<sup>1</sup> 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. Un tableau de réconciliation avec le chiffre d'affaires est disponible en annexe

\*Seul et à travers sa holding TP Invest Holding S.à r.l.

- Notations ESG du Groupe par les agences Vigeo Eiris et Gaïa Ratings en amélioration constante et très au-dessus des benchmarks sectoriels
- Obtention du label Great Place to Work France

### Préservation de la rentabilité et de la solidité financière grâce à l'amélioration continue du modèle

#### EBITDA<sup>2</sup> de 11,2 M€ vs 33,0 M€ au S1 2021 et 7 M€ au S1 2020

- Marge brute à 39,1% (contre 40,6% au S1 2021 et 37,1% sur le S1 2020) dans la continuité de la baisse d'activité enregistrée depuis la fin 2021 ;
- Marge d'EBITDA de 3,7%, inférieure au S1 2021 (8,5%) mais bien supérieure au S1 2020 (2,3%), pour un niveau de chiffre d'affaires équivalent ;
- Pression croissante sur les coûts liés à l'environnement inflationniste qui commence à impacter la rentabilité malgré la maîtrise des charges opérationnelles ;
- Optimisation des capacités logistiques pour s'adapter à une évolution du mix de type de vente, notamment sur le site propriétaire Astrolab ;
- Maintien d'une gestion stricte du niveau des stocks.

#### Résultat net de 1,6 M€, versus 20,6 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2021 et -6,6 M€ au S1 2020

##### Structure financière solide

- Capitaux propres de 207,1 M€, renforcés par le résultat positif de l'exercice 2021 ;
- Trésorerie brute de 73,0 M€ avec un cash-flow libre négatif de 24,5 M€ et un niveau de cash opérationnel qui ressort à (13,5) M€ ;
- Trésorerie nette de 3,9 M€ au 30 juin 2022 (22,2 M€ hors dettes locatives IFRS 16 et dettes financières liées à l'opération d'acquisition).

### Perspectives à fin 2022

- Rebond précédemment attendu au second semestre plus difficile et plus long à se matérialiser dans un environnement de marché qui reste volatile et incertain ;
- Poursuite des efforts pour protéger la rentabilité par une stricte maîtrise des coûts et l'optimisation de la logistique ;
- Accélération des synergies avec The Bradery ;
- Maintien d'investissements clés pour soutenir la croissance future sur le long terme ;
- Volonté de continuer à développer les activités les plus rentables telles que SRP Media et à adapter notre proposition de valeur pour se tenir prêt dès le rebond effectif de l'activité.

## CHIFFRES CLÉS DU PREMIER SEMESTRE 2022

(millions €)	S1 2020	S1 2021	S1 2022	Variation 21-22	Var 21-22 en %
<b>Chiffre d'affaires net</b>	<b>302,7</b>	<b>388,3</b>	<b>305,4</b>	<b>-82,9</b>	<b>-21,3%</b>
Chiffre d'affaires Internet total	298,2	385,1	301,3	-83,8	-21,8%
<b>Marge Brute</b>	<b>112,4</b>	<b>157,6</b>	<b>119,5</b>	<b>-38,1</b>	<b>-24,2%</b>
Marge brute en % du CA	37,1%	40,6%	39,1%	-	-1,5pts
<b>Charges opérationnelles</b>	<b>114,0</b>	<b>132,6</b>	<b>116,1</b>	<b>-16,5</b>	<b>-12,4%</b>
En % du chiffre du CA	37,7%	34,2%	38,0%	-	3,8pt
<b>EBITDA</b>	<b>7,0</b>	<b>33,0</b>	<b>11,2</b>	<b>-21,8</b>	<b>-66,1%</b>
Marge EBITDA en % du CA	2,3%	8,5%	3,7%	-	-4,8pts
<b>Résultat net</b>	<b>-6,6</b>	<b>20,6</b>	<b>1,6</b>	<b>-19,0</b>	<b>N.A</b>

François de Castelnaud, Directeur Général délégué et Directeur Financier Groupe a déclaré :

<sup>2</sup> 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

« Dans un environnement de marché difficile pour le secteur du e-commerce, le chiffre d'affaires net s'inscrit en baisse de -21,3%. Grace au travail d'efficacité opérationnelle effectué ces derniers mois et années, notre modèle économique est désormais agile, nous permet de s'adapter rapidement aux évolutions du marché et de dégager ainsi ce semestre un EBITDA positif de 11,2 M€, soit une marge de 3,7%. Certains indicateurs comme la taille du panier moyen sont en hausse et traduisent l'enrichissement de l'offre et la poursuite de notre premiumisation. Notre situation financière est par ailleurs très solide avec des capitaux propres s'élevant à 207,1 M€ et une trésorerie nette de 20,3 M€. »

Commentant les résultats et les perspectives, David Dayan, co-fondateur et CEO de Showroomprivé, a déclaré :

« Le 1<sup>er</sup> semestre de l'exercice est marqué par un environnement de marché dégradé, dans la lignée de la tendance observée en fin d'année dernière. Cet environnement est également extrêmement incertain. Alors que nous attendions un rebond dans la deuxième partie de l'année, celui-ci semble être plus difficile et plus long à se matérialiser. Dans ce contexte, il serait imprudent de donner des objectifs précis pour la fin d'année 2022, que ce soit en termes d'activité ou de rentabilité. Ce qui nous anime au quotidien c'est de protéger notre rentabilité par la maîtrise de nos coûts opérationnels et l'optimisation de notre logistique, deux paramètres sur lesquels nous pouvons agir face à la baisse de l'activité. Par ailleurs, nous continuons à développer les activités les plus rentables telles que SRP Media et à renforcer notre proposition de valeur, comme nous l'avons fait avec l'acquisition de The Bradery et le lancement du Village des marques. »

## COMMENTAIRES DÉTAILLÉS PAR TYPE D'INDICATEURS

### Chiffre d'affaires

(milliers €)	S1 2020	S1 2021	S1 2022	Variation 21-22
Chiffre d'affaires Internet				
France	252 749	322 262	245 881	-23,7%
International	45 433	62 865	55 408	-11,9%
<b>Chiffre d'affaires Internet Total</b>	<b>298 181</b>	<b>385 127</b>	<b>301 288</b>	<b>-21,8%</b>
Autres revenus	4 552	3 145	4 142	+31,7%
<b>Chiffre d'affaires net</b>	<b>302 733</b>	<b>388 272</b>	<b>305 433</b>	<b>-21,3%</b>

Le **chiffre d'affaires net** du premier semestre 2022 ressort en baisse de -21,3% par rapport au premier semestre 2021 pour s'établir à 305,4 millions d'euros mais est en légère augmentation par rapport au S1 2019 (302,0 millions d'euros soit +1,1% de croissance) et S1 2020 (302,7 millions d'euros, soit +0,9% de croissance). Après un premier trimestre en nette baisse, l'activité du Groupe a poursuivi sur la même tendance au deuxième trimestre, confirmant ainsi un environnement de marché dégradé et incertain. Le contexte macroéconomique et géopolitique est en effet marqué par un problème croissant de pouvoir d'achat pour les ménages et des sujets sur la chaîne logistique qui impacte d'autant plus l'inflation. La baisse du chiffre d'affaires tient compte d'une base de comparaison défavorable jusqu'à mi-mai 2021, porté par les conditions de marché liées à la crise sanitaire et avant la réouverture des magasins. Cette baisse, bien que décevante, est en ligne avec l'évolution de l'ensemble du secteur retail.

Afin de sécuriser un niveau de stock satisfaisant dans le contexte de pénurie observé au cours du premier semestre, Showroomprivé a opéré un niveau élevé d'achats et ventes fermes et continue à favoriser le dropshipping (32% des ventes) au dépend des ventes conditionnelles, ce qui permet de favoriser une livraison plus rapide ainsi qu'une meilleure satisfaction clients. Les ventes conditionnelles continuent toutefois de représenter près de 37% du mix de ventes.

Les ventes Internet en **France** s'élèvent à 245,9 millions d'euros en baisse de -23,7% sur le semestre. Alors que le segment Voyage & Billetterie est en forte progression, les activités « core business », notamment la Mode, souffrent de la conjoncture économique. La régie SRP Media continue néanmoins de bien performer, en hausse de 20% malgré la base de comparaison très exigeante, et contribue à l'amélioration de la rentabilité.

Le Groupe a récemment inauguré son village des marques, un espace privilégié réservé aux meilleurs membres de Showroomprivé avec une offre premium permanente à des prix accessibles. L'ambition est de digitaliser l'expérience client des outlets physiques. La Marketplace poursuit son développement, sa performance est en ligne avec les attentes mais n'a pas encore pu produire ses pleins effets dans la conjoncture actuelle. Leur contribution au chiffre d'affaires devrait néanmoins progressivement monter en puissance au cours des prochains trimestres.

Le chiffre d'affaires de Beauté Privée est toujours pénalisé suite à la migration de la plateforme mais devrait rapidement bénéficier de la mise en place des partenariats noués avec des marques de renom et d'une base de comparaison plus favorable.

À l'**international**, le chiffre d'affaires Internet est également en recul, de -11,9% pour atteindre 55,4 millions d'euros. Saldi Privati résiste mieux que Showroomprivé sur la période, de même que l'Espagne et le Maroc qui connaissent sensiblement la même évolution avec une baisse moins importante de leurs ventes par rapport au marché français de Showroomprivé.

Le chiffre d'affaires des **autres activités** (déstockage physique « wholesale » d'inventaires ou de retour Internet), s'élève à 4,1 millions d'euros, en augmentation. L'évolution de cette ligne de revenus non stratégique continue de témoigner de la bonne gestion des stocks.

## Indicateurs clés de performance

	S1 2020	S1 2021	S1 2022	Variation 21-22
<b>Volume d'affaires (GMV)<sup>3</sup></b>	<b>444,1</b>	<b>527,7</b>	<b>431,9</b>	<b>-18,2%</b>
<b>Acheteurs cumulés* (en millions)<sup>4</sup></b>	<b>10,129</b>	<b>11,029</b>	<b>11,608</b>	<b>+5,3%</b>
<b>Acheteurs** (en millions)<sup>4</sup></b>	<b>2,114</b>	<b>2,305</b>	<b>1,910</b>	<b>-17,2%</b>
dont acheteurs fidèles***	1,7	1,9	1,6	-15,6%
<i>En % du nombre d'acheteurs total</i>	83%	83%	84%	-
<b>Nombre de commandes (en millions)<sup>4</sup></b>	<b>6,413</b>	<b>7,404</b>	<b>5,374</b>	<b>-27,4%</b>
<b>Chiffre d'affaires par acheteur (IFRS)<sup>4</sup></b>	<b>127,8</b>	<b>152,7</b>	<b>145,9</b>	<b>-4,4%</b>
Nombre moyen de commandes par acheteur	3,0	3,2	2,8	-12,4%
Taille du panier moyen	42,1	47,5	51,8	+9,1%

\* 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

La GMV atteint 431,9 M€ en décroissance de -95,8 M€ (-18,2%) par rapport au premier semestre 2021.

Le nombre d'acheteurs cumulés est en progression de +5,3% et porte leur nombre à 11,6 millions. La baisse du nombre d'acheteurs et de commandes reflète toutefois les difficultés de l'activité sur la période.

Le panier moyen est en hausse de 4,3 € sur un an (+9,1%) à 51,8 €, grâce à la premiumisation et l'enrichissement de l'offre, une hausse également portée par le segment de la Maison. Le chiffre d'affaires par acheteur s'inscrit néanmoins en recul de 4,4% à 145,9 €, sous l'effet de la baisse de l'activité et du nombre moyen de commandes par acheteur. Ce chiffre est toutefois en hausse de 14,2% comparé au S1 2020, démontrant ainsi la réussite de la restructuration du modèle économique au cours des dernières années.

Le Groupe confirme des taux élevés de satisfaction client et de qualité de livraison pendant cette période (NPS<sup>5</sup> de 54% contre 49% au S1 2021), ce qui permet de maintenir l'engagement de sa base d'acheteurs fidèles.

## Rentabilité opérationnelle

(millions €)	S1 2020	S1 2021	S1 2022	Variation 21-22
<b>Chiffre d'affaires net</b>	<b>302,7</b>	<b>388,3</b>	<b>305,4</b>	<b>-82,9</b>
Coût des ventes	190,4	230,7	186,0	-44,7
<b>Marge brute</b>	<b>112,4</b>	<b>157,6</b>	<b>119,5</b>	<b>-38,1</b>
<i>Marge brute en % du CA</i>	<i>37,1%</i>	<i>40,6%</i>	<i>39,1%</i>	<i>-1,5pt</i>
Marketing*	7,7	10,9	10,6	-0,2
<i>en % du CA</i>	<i>2,6%</i>	<i>2,8%</i>	<i>3,5%</i>	<i>+0,7pt</i>
Logistique et traitement des commandes	76,0	86,5	73,9	-12,6
<i>En % du CA</i>	<i>25,1%</i>	<i>22,3%</i>	<i>24,2%</i>	<i>+1,9pt</i>
Frais généraux et administratifs	30,3	35,2	31,6	-3,6
<i>En % du CA</i>	<i>10,0%</i>	<i>9,1%</i>	<i>10,4%</i>	<i>+1,3pt</i>
<b>Total des charges opérationnelles courantes</b>	<b>114,0</b>	<b>132,6</b>	<b>116,2</b>	<b>-16,5</b>
<i>En % du CA</i>	<i>37,7%</i>	<i>34,2%</i>	<i>38,0%</i>	<i>+3,8pts</i>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>-1,6</b>	<b>25,0</b>	<b>3,3</b>	<b>-21,7</b>
<b>EBITDA<sup>6</sup></b>	<b>7,0</b>	<b>33,0</b>	<b>11,2</b>	<b>-21,8</b>
Dont France	7,0	30,5	11,1	-19,4
Dont International	0	2,5	0,1	-2,3

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

**Sur le 1<sup>er</sup> semestre 2022, la marge brute s'établit à 119,5 millions d'euros en baisse de 38,1 millions d'euros. Elle ressort à 39,1% du chiffre d'affaires contre 40,6% sur le 1<sup>er</sup> semestre de l'exercice précédent et contre 37,1% sur le S1 2020. Le recul**

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> Hors Beauté privée et The Bradery

<sup>5</sup> Net promoter score - indicateur de la fidélité client

<sup>6</sup> 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.

de 1,5 point par rapport à 2021 traduit un environnement de marché défavorable, avec d'un côté des conditions de négociation plus difficiles liées à la pénurie de stocks et la désorganisation de la chaîne logistique, et de l'autre une baisse des ventes. Ce recul intègre néanmoins d'autres aspects positifs, notamment :

- Le strict contrôle des stocks malgré une augmentation de nos achats fermes ;
- La qualité des offres proposées et le développement du dropshipping ;
- La bonne tenue de relais de croissance à forte valeur ajoutée, notamment de la régie SRP Media ;
- Un niveau maîtrisé de ventes en « wholesale » à faible marge.

La marge brute est cependant en nette progression de 2,0 points par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2020 traduisant la bonne maîtrise des coûts et la pertinence de notre modèle renouvelé.

Ce niveau de marge brute sur le premier semestre 2022 s'est accompagné d'une légère augmentation **des charges opérationnelles de 3,8 points qui pèsent à hauteur de 38,0% du chiffre d'affaires contre 34,2% un an plus tôt**. Ces dépenses d'exploitation ont diminué de 16,5 millions d'euros afin de protéger la rentabilité, et se répartissent de la manière suivante :

- **Maintien des dépenses marketings à un niveau légèrement en dessous de celui du premier semestre 2021**, mais qui ressort à 3,5% du chiffre d'affaires contre 2,8% en 2021 compte tenu de la baisse du chiffre d'affaires ;
- **Légère hausse des frais logistiques à 24,2% du chiffre d'affaires (+1,9 point)**, en raison notamment de la hausse des achats fermes a créé des surcoûts de stockages et le développement du dropshipping a aussi permis de réduire les flux de commandes transitant par les réseaux logistiques du Groupe et en conséquence les coûts associés ;
- **Augmentation contenue de la part des dépenses de frais généraux et administratifs de 1,3 point dans le chiffre d'affaires** grâce à une maîtrise de la masse salariale et une évolution contrôlée des embauches sur des besoins précis.

L'EBITDA de SRP Groupe ressort à **11,2 M€ contre 33,0 M€ au premier semestre de l'exercice précédent**, ce qui montre l'efficacité des actions entreprises pour protéger la rentabilité du Groupe dans un contexte de marché difficile. Au 1<sup>er</sup> semestre 2020, alors que le chiffre d'affaires était à peu près équivalent à celui publié cette année au 30 juin, l'EBITDA n'était alors que de 7 M€, soit une marge de 2,3%.

Après dotations aux amortissements et aux provisions, le résultat opérationnel avant coût des paiements en actions et autres produits et charges opérationnels s'établit à 3,3 millions d'euros, contre 25 millions d'euros au 30 juin 2021.

### Résultat net

(millions €)	S1 2020	S1 2021	S1 2022	Variation 21-22
<b>Résultat opérationnel avant coût des paiements en actions et autres produits et charges opérationnels</b>	<b>-1,6</b>	<b>25,0</b>	<b>3,3</b>	<b>-21,7</b>
Autres produits et charges opérationnels	-3,7	-2,7	-0,4	2,2
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>-5,4</b>	<b>22,3</b>	<b>2,9</b>	<b>-19,4</b>
Coût de l'endettement financier	-0,3	-0,4	-0,4	NS
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>-5,7</b>	<b>21,9</b>	<b>2,5</b>	<b>-19,4</b>
Impôts sur les bénéfices	-0,9	-1,3	-0,9	+0,4
<b>Résultat net</b>	<b>-6,6</b>	<b>20,6</b>	<b>1,6</b>	<b>-19,0</b>

Les autres produits et charges opérationnels de -0,4 millions d'euros sont composés de diverses charges non-courantes pour 0.3 million d'euros (frais d'honoraires liés à l'acquisition de The Bradery) et de 0.1 million d'euros liés à des donations.

Les frais financiers restent stables à -0,4 million d'euros par rapport à 2021, en raison du refinancement mis en place en décembre 2021. Le Groupe constate une charge d'impôt de 0,9 million d'euros.

**En conséquence, le résultat net du Groupe ressort à 1,6 millions d'euros, soit une baisse de 19 millions d'euros par rapport au S1 2021, à comparer à un résultat net négatif de -6,6 millions au 1<sup>er</sup> semestre 2020.**

### Éléments de trésorerie

(millions €)	S1 2021	S1 2022
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles	23,1	-13,5
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	-6,6	-11,0
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	-38,5	-2,1
<b>Variation nette de la trésorerie</b>	<b>-22,0</b>	<b>-26,5</b>

**Les flux de trésorerie générés par l'activité opérationnelle ressortent à -13,5 millions au S1 2022 suite à la baisse du résultat net et de la variation du BFR.** Ce dernier a augmenté de manière importante sur la période du fait de la saisie d'opportunité de stocks fermes de bonne qualité.

Les décaissements nets liés aux investissements ont trait principalement à l'acquisition de The Bradery. Les investissements R&D, inhérents à l'activité du Groupe, s'élèvent à 3,1 millions d'euros sur la période. **Le Groupe génère ainsi un cash-flow libre<sup>7</sup> négatif de 24,5 millions d'euros au premier semestre 2022.**

**Les flux de trésorerie liés aux activités de financement ressortent ainsi à -2,1 millions d'euros (contre -38,5 millions d'euros au S1 2021) comprenant 1,5 M€ d'emprunts.**

### Bilan

<b>ACTIF</b> (millions €)	<b>31/12/2021</b>	<b>30/06/2022</b>	<b>PASSIF</b> (millions €)	<b>31/12/2021</b>	<b>30/06/2022</b>
Total Actifs non-courants	216,5	225,7	Total Capitaux propres	205,1	207,1
Total Actifs courants	220,4	221,4	Total Passifs non courants	54,6	54,1
<i>Dont stocks et en-cours</i>	62,5	85,0	<i>Dont dettes financières</i>	54,3	53,8
<i>Dont Trésorerie et équivalent</i>	99,6	73,0	Total Passifs courants	177,2	186,0
			<i>Dont dettes financières</i>	12,9	15,3
<b>Total Actifs</b>	<b>436,9</b>	<b>447,1</b>	<b>Total des Passifs</b>	<b>436,9</b>	<b>447,1</b>

Les capitaux propres ressortent à 207,1 millions d'euros au 30 juin 2022.

Le Groupe dispose d'une trésorerie disponible brute confortable de 73,0 millions d'euros au 30 juin 2022 et dispose d'une trésorerie nette positive de 3,9 millions d'euros.

La dette financière nette inclut 18,3 millions d'euros d'autres dettes (dettes locatives (IFRS 16) et dettes financières liées à l'opération d'acquisition) au 30 juin 2022. Sans cet élément comptable, la trésorerie nette atteindrait 22,2 millions d'euros.

Le Groupe poursuit sa trajectoire de désendettement et dispose d'une situation financière solide, ce qui lui permet d'aborder l'avenir avec sérénité.

## PERSPECTIVES

L'activité du 1er semestre, et notamment le deuxième trimestre, s'inscrit dans la même tendance baissière que celle constatée en fin d'année 2021, en ligne avec l'évolution observée chez les autres acteurs du secteur. Dans ce contexte de marché très incertain et dégradé, SRP Groupe poursuit ses efforts pour protéger la rentabilité via la maîtrise de ses coûts et l'optimisation de sa logistique, tout en continuant à adapter sa proposition de valeur.

Alors que le Groupe avait annoncé qu'un rebond devrait être attendu dans la seconde partie de l'année, ce dernier s'annonce plus difficile qu'anticipé et sera probablement plus long à se matérialiser compte tenu de l'évolution de la conjoncture économique. Afficher des objectifs de chiffre d'affaires et de rentabilité à fin 2022 n'est par conséquent pas raisonnable à ce stade.

Concernant le second semestre, de belles offres devraient être lancées et attirer de nouveaux membres ainsi que la clientèle fidèle. A noter toutefois que le troisième trimestre de l'année est toujours le plus faible de l'année en termes de volumes.

Par ailleurs, le Groupe se fixe notamment pour objectifs de :

- Mettre l'emphase sur les verticales les plus porteuses comme Voyage & Billetterie ;
- Capitaliser sur les activités les plus créatrices de valeur dans la période actuelle comme SRP Media ;
- Optimiser les OPEX avec l'accent mis sur la gestion du stock et la rationalisation de la logistique ;
- Accélérer la mise en place des synergies avec The Bradery ;
- Continuer à investir dans des projets clés pour soutenir la croissance future et de long terme ;
- Poursuivre les initiatives RSE au cœur du programme Move Forward, en particulier ce qui a trait à la seconde main.

Rejoignez le Cercle des Actionnaires Showroomprivé et bénéficiez d'avantages exclusifs

EN CLIQUANT [ICI](#)

<sup>7</sup> Le cash-flow libre est obtenu par la somme du flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles et du flux de trésorerie liés aux activités d'investissement

# PROCHAINES INFORMATIONS

Chiffre d'affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre 2022 le 20 octobre 2022

## 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

Showroomprivé 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 2021 un volume d'affaires brut TTC<sup>8</sup> de près d'1 milliard d'euros, et un chiffre d'affaires net de 724 millions d'euros. Le Groupe est dirigé par David Dayan, co-fondateur, et emploie plus de 950 personnes.

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

## CONTACTS

### Relations Investisseurs

Sylvie Chan Diaz, Relations Investisseurs  
[investor.relations@showroomprive.net](mailto:investor.relations@showroomprive.net)

### Communication

Anne Charlotte Neau-Juillard, Communication  
[anne-charlotte.neau-juillard@showroomprive.net](mailto:anne-charlotte.neau-juillard@showroomprive.net)

### Taddeo

[presse.showroomprive@taddeo.fr](mailto:presse.showroomprive@taddeo.fr)  
+33 1 83 97 41 48

---

<sup>8</sup> 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

## COMPTE DE RÉSULTAT

(milliers €)	S1 2021	S1 2022	Variation
<b>Chiffre d'affaires net</b>	<b>388 272</b>	<b>305 426</b>	<b>-21,3%</b>
Coût des marchandises	-230 670	-185 972	-19,4%
<b>Marge brute</b>	<b>157 602</b>	<b>119 454</b>	<b>-24,2%</b>
<i>Marge brute en % du chiffre d'affaires</i>	<i>40,6%</i>	<i>39,1%</i>	<i>-1,5pt</i>
Marketing <sup>1</sup>	-10 868	-10 672	-1,8%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>2,8%</i>	<i>3,5%</i>	<i>+0,7pt</i>
Logistique et traitement des commandes	-86 511	-73 863	-14,6%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>22,3%</i>	<i>24,2%</i>	<i>+1,9pt</i>
Frais généraux et administratifs	-35 234	-31 615	-10,3%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>9,1%</i>	<i>10,4%</i>	<i>+1,3pt</i>
<b>Total des charges opérationnelles</b>	<b>-132 614</b>	<b>-116 150</b>	<b>-12,4%</b>
<b>en % du chiffre d'affaires</b>	<b>34,2%</b>	<b>38,0%</b>	<b>+3,9pts</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>24 989</b>	<b>3 304</b>	<b>-86,9%</b>
Autres produits et charges opérationnels	-2 669	-422	-84,2%
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>22 319</b>	<b>2 882</b>	<b>-87,1%</b>
Coût de l'endettement financier	-581	-381	-34,4%
Autres produits et charges financiers	139	-32	NS
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>21 878</b>	<b>2 469</b>	<b>-88,7%</b>
Impôts sur les bénéfices	-1 317	-908	-31,1%
<b>Résultat net</b>	<b>20 560</b>	<b>1 561</b>	<b>-88,7%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>32 981</b>	<b>11 221</b>	<b>-66,0%</b>
<i>EBITDA en % du chiffre d'affaires</i>	<i>8,5%</i>	<i>3,7%</i>	<i>-4,8pts</i>

<sup>1</sup> 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.

# INDICATEURS DE PERFORMANCE<sup>1</sup>

	S1 2021	S1 2022	Variation
<b>INDICATEURS CLIENTÈLE</b>			
Acheteurs cumulés (en milliers)	11 029	11 608	+5,3%
<i>France</i>	8 598	9 109	+5,9%
<i>International</i>	2 431	2 500	+2,8%
Acheteurs (en milliers)	2 305	1 910	-17,2%
<i>France</i>	1 868	1 518	-18,8%
<i>International</i>	437	392	-10,3%
Chiffre d'affaires par acheteur (€)	152,7	145,9	-4,4%
<i>France</i>	155,1	147,0	-5,2%
<i>International</i>	142,2	141,4	-0,6%
<b>COMMANDES</b>			
Nombre de commandes (en milliers)	7 404	5 374	-27,4%
<i>France</i>	6 000	4 190	-30,2%
<i>International</i>	1 404	1 184	15,6%
Nombre moyen de commandes par acheteur	3,2	2,8	-12,4%
<i>France</i>	3,2	2,8	-14,0%
<i>International</i>	3,2	3,0	-5,9%
Taille du panier moyen (€)	47,5	51,8	+9,1%
<i>France</i>	48,3	53,3	+10,3%
<i>International</i>	44,2	46,8	+5,7%

<sup>1</sup> Hors Beaute privée

# BILAN

(milliers €)	31/12/2021	30/06/2022
<b>ACTIFS NON COURANTS</b>		
Goodwill	123 685	135 683
Autres immobilisations incorporelles	49 155	48 287
Immobilisations corporelles	36 905	35 583
Autres actifs non-courants	6 755	6 184
<b>Total des actifs non-courants</b>	<b>216 500</b>	<b>225 737</b>
<b>ACTIFS COURANTS</b>		
Stocks et en-cours	62 564	85 026
Clients et comptes rattachés	20 311	24 921
Créances d'impôt	928	2 177
Autres actifs courants	37 039	36 241
Trésorerie et équivalents de trésorerie	99 551	72 998
<b>Total des actifs courants</b>	<b>220 394</b>	<b>221 364</b>
<b>Total des actifs</b>	<b>436 894</b>	<b>447 101</b>
Emprunts et dettes financières	54 317	53 799
Engagements envers le personnel	206	206
Autres provisions	57	70
Impôts différés	29	12
<b>Total des passifs non-courants</b>	<b>54 609</b>	<b>54 088</b>
Emprunts et concours bancaires (part à moins d'un an)	12 946	15 315
Fournisseurs et comptes rattachés	119 722	128 419
Autres passifs courants	44 496	42 225
<b>Total des passifs courants</b>	<b>177 164</b>	<b>185 958</b>
<b>Total des passifs</b>	<b>231 773</b>	<b>240 046</b>
<b>Total des capitaux propres</b>	<b>205 121</b>	<b>207 055</b>
<b>Total des passifs et des capitaux propres</b>	<b>436 894</b>	<b>447 101</b>

## FLUX DE TRÉSORERIE

(milliers €)	S1 2021	S1 2022
Résultat net consolidé	20 560	1 561
<i>Ajustements et autres</i>	9 227	7 050
<b>Capacité d'autofinancement après coût de l'endettement financier net et impôt</b>	<b>29 787</b>	<b>8 611</b>
<i>Élim, de la charge (produit) d'impôt</i>	1 317	908
<i>Élim, du coût de l'endettement financier net</i>	581	381
<i>Incidence de la variation du besoin en fonds de roulement</i>	- 7 828	- 20 048
<b>Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles avant impôt</b>	<b>23 857</b>	<b>- 10 147</b>
<i>Impôts payés</i>	-746	-3 354
<b>Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles</b>	<b>23 111</b>	<b>-13 502</b>
Incidence des variations de périmètre	-	-6 422
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles	- 6 620	- 4 814
Variation des prêts et avances consentis	-338	237
Acquisition (cession) d'actifs financiers	-	-
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	312	39
<b>Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement</b>	<b>-6 646</b>	<b>-10 960</b>
Augmentation de capital	72	-
Cession (acquisition) nette d'actions propres	-159	-160
Capital émis, primes d'émissions et réserves	-	-
Émission d'emprunts	-	24
Remboursement d'emprunts	- 37 821	- 1 517
Intérêts financiers nets versés et autres flux liés aux activités de financement	- 638	- 382
<b>Flux de trésorerie liés aux activités de financement</b>	<b>- 38 546</b>	<b>- 2 059</b>
Incidence de la variation des taux de change	88	-33
<b>Variation de la trésorerie</b>	<b>- 21 993</b>	<b>- 26 554</b>

## RÉCONCILIATION DE L'EBITDA

(milliers €)	S1 2021	S1 2022
<b>Résultat net</b>	<b>20 560</b>	<b>1 562</b>
Am. et dép. des immobilisations	7 992	7 917
<i>dont amort. en Logistique et traitement des commandes</i>	3 373	3 262
<i>dont amort. en Frais généraux et administratifs</i>	4 619	4 656
Coût de l'endettement financier	441	413
Autres produits et charges financiers	2 669	422
Impôt sur les bénéfices	1 317	908
<b>EBITDA</b>	<b>32 981</b>	<b>11 221</b>

## RÉCONCILIATION DE LA GMV

<i>(milliers €)</i>	<b>S1 2021</b>	<b>S1 2022</b>
<b>Ventes Internet brutes</b>	<b>515 391</b>	<b>417 277</b>
TVA	-82 123	-64 407
Impact sur la comptabilisation du chiffre d'affaires	-55 275	-59 634
Non-Internet Revenue & Other	10 279	12 150
<b>Chiffre d'affaires net IFRS</b>	<b>388 272</b>	<b>305 404</b>

  

<i>(milliers €)</i>	<b>S1 2021</b>	<b>S1 2022</b>
<b>Ventes Internet brutes</b>	<b>515 391</b>	<b>417 277</b>
Autres services et autres revenus	12 334	14 579
<b>Gross Merchandise Volume</b>	<b>527 725</b>	<b>431 857</b>