

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1^{ER} TRIMESTRE 2024

- Showroomprivé enregistre une croissance de sa GMV de 3% et un repli de son chiffre d'affaires au 1^{er} trimestre 2024 de 2%
- Continuité des tendances observées sur la fin de l'exercice 2023 : le dynamisme des moteurs de croissance (la Marketplace et le segment Voyages & Loisirs) ainsi que l'International, qui enregistre une hausse de plus de 12%, compensent partiellement les métiers historiques en France, toujours freinés par une consommation atone
- The Bradery poursuit son expansion avec des ventes en hausse de 82%
- Nouveau trimestre de progression soutenue de la Marketplace (+84%) conformément à la stratégie du Groupe
- Bonne progression du segment Voyages et Loisirs avec une croissance de 11% sur la période
- Prise de participation dans Paradigme, une start-up spécialisée dans la seconde main

La Plaine Saint Denis, France, le 25 avril 2024 – Showroomprivé (SRP Groupe), groupe européen spécialisé dans le *smart shopping*, publie son chiffre d'affaires pour le 1^{er} trimestre de son exercice 2024.

CONFIRMATION DE LA DYNAMIQUE DES MOTEURS DE CROISSANCE AU 1^{ER} TRIMESTRE 2024

Showroomprivé a généré au 1^{er} trimestre de son exercice 2024 un volume d'affaires (GMV) de 247,2 M€, en hausse de +3%, en comparaison d'un 1^{er} trimestre 2023 où la GMV était ressortie en forte progression (+17%). Le chiffre d'affaires est en léger recul de 3,0 M€ (-1,9%). La performance sur les trois premiers mois de 2024 a été conforme à celle de la fin de l'exercice 2023. La consommation des ménages reste sous pression et pèse sur les activités historiques de la vente événementielle, mais ces dernières sont compensées par des moteurs de croissance confirmant pleinement leur potentiel. The Bradery signe ainsi un nouveau trimestre de forte croissance avec une hausse de plus de 80% de ses ventes, témoignant de sa capacité à maintenir un rythme de développement élevé, trimestre après trimestre, en dépit d'un environnement morose et d'effets de base de plus en plus exigeants.

David Dayan, Président-directeur Général de Showroomprivé, commente ce début d'année : « *Les premiers mois de notre exercice 2024 s'inscrivent dans la tendance observée fin 2023. Le marché reste difficile dans nos métiers traditionnels avec des arbitrages de consommation qui continuent de peser sur le commerce en ligne. Dans ce contexte, le choix largement renforcé par notre feuille de route ACE de miser sur une offre diversifiée avec des familles de produits variés, s'est avéré pertinent. En effet, les investissements réalisés ces dernières années ont permis d'élargir notre périmètre, d'étendre notre présence géographique ou de lancer de nouvelles offres plus premiums. Grâce à cette stratégie, nous sommes désormais plus résilients et nous avons rajeuni notre base de clients. Ces succès nous encouragent à poursuivre notre adaptation à un marché en pleine évolution, guidés par notre feuille de route ACE. Celle-ci doit répondre à un double objectif : reprofiler nos métiers historiques pour capitaliser pleinement sur le retour de la croissance ; développer de nouvelles sources de revenus et de nouveaux leviers de rentabilité. Pour ce faire, nous allons poursuivre au cours des prochains mois l'optimisation de notre infrastructure logistique, déployer les derniers outils technologiques au service de l'e-commerce et lancer notre Marketplace à l'International. La mise en place de ces nouvelles mesures de notre feuille de route sera notre priorité opérationnelle pour 2024.* »

Détail du chiffre d'affaires

(millions €)	T1 2023	T1 2024	Variation 24/23 en %
Volume d'affaires (GMV)¹	240,0	247,3	+3,0%
Chiffre d'affaires Internet			
France	124,3	119,1	-4,2%
International	27,9	31,3	12,4%
Chiffre d'affaires Internet Total	152,1	150,4	-1,1%
Autres revenus	3,6	2,2	-37,6%
Chiffre d'affaires net	155,6	152,6	-1,9%

Au cours de la période, Showroomprivé a su capitaliser sur la bonne orientation de ses relais de croissance :

- **The Bradery** signe à nouveau une très forte croissance sur le trimestre s'élevant à 82% par rapport au T1 2023 et confirme le potentiel de son modèle ;
- **La Marketplace** affiche une très forte progression de 84% de sa GMV en comparaison du 1^{er} trimestre de l'année précédente. Son développement est nourri par l'arrivée de nouveaux partenaires phares ainsi que par le basculement stratégique de certaines marques traditionnellement promues au travers des ventes événementielles vers la Marketplace ;
- **SRP Services** a été confrontée à une situation plus difficile, en raison d'un contexte toujours délicat pour les régies media et d'un déclin de l'audience en lien avec le marché mais également conséquence à court terme de la recherche d'un trafic plus qualifié ;
- Le segment **Voyages et Loisirs** reste bien orienté sur l'exercice, en progression de 11%, en ligne avec les attentes du Groupe ;
- **L'International** continue de surperformer la France avec une croissance de 12% grâce à l'accélération et la pénétration de certains marchés internationaux amorcée dans la cadre de la feuille de route ACE.

Sur l'activité historique de la vente événementielle, Showroomprivé a réalisé des performances assez contrastées selon les marchés, illustrant ainsi la résilience apportée par son offre diversifiée. Le **Sport & Lifestyle** affiche une nouvelle hausse de ses ventes de 65% compensant partiellement la décroissance du segment de l'habillement et accessoires. Le segment **Maison** continue à pâtir d'un manque d'offre. Le Groupe finalise actuellement un plan d'actions précis pour redresser la performance de ce segment. **Beauté Privée** enregistre les tous premiers effets des efforts pour redresser son activité et parvient à stabiliser son activité, enregistrant notamment des succès commerciaux grâce notamment à l'apport de nouvelles marques.

Indicateurs clés de performance

	T1 2023	T1 2024	Variation 24/23 en %
Acheteurs cumulés* (en millions)	14,9	16,0	+7,3%
Acheteurs** (en millions)	1,5	1,4	-2,3%
dont acheteurs fidèles***	1,1	1,2	+5,1%
<i>En % du nombre d'acheteurs total</i>	78%	84%	+5,9pt
Nombre de commandes (en millions)	3,1	3,0	-2,0%
Chiffre d'affaires par acheteur (IFRS)	104,2	105,4	+1,2%

¹ 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

Nombre moyen de commandes par acheteur	2,1	2,1	+0,3%
Taille du panier moyen	49,6	50,0	+0,9%

* L'ensemble des acheteurs ayant effectué au moins un achat sur les plateformes 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

Dans un contexte défavorable à la conquête commerciale, Showroomprivé est parvenu à attirer de nombreux nouveaux acheteurs sur le trimestre avec un nombre d'acheteurs cumulés qui atteint désormais les 16 millions, soit une hausse de 7,3% sur un an. En ligne avec la stratégie de réengagement de la base membres, le taux d'acheteurs fidèles progresse également de +5,1% à 1,2 million. Le nombre de commandes fléchit légèrement (-2,0%), mais est partiellement compensé par une légère augmentation du panier moyen (+0,9%).

PRISE DE PARTICIPATION DANS PARADIGME, START-UP SPECIALISÉE DANS LA SECONDE MAIN

Showroomprivé a réalisé une prise de participation minoritaire au sein de la start-up Paradigme dans la cadre de leur première levée de fonds s'élevant à 1,2 M€ rassemblant plusieurs investisseurs dont des fonds de capital-risque et des entrepreneurs phares de la mode et du conseil, ainsi que Bpifrance dans le cadre d'un financement/prêt d'amorçage.

Créée en 2022 par deux frères, Vincent et Fabien Huché-Deniset, Paradigme est une plateforme d'achat-revente de mode premium pour marques et particuliers. La société est positionnée sur le marché de la seconde main, qui pourrait atteindre 260 milliards de dollars en 2025² grâce à une croissance de 30% par an. Elle cible plus spécifiquement le segment du luxe accessible encore peu adressé par les acteurs de la seconde main.

Le modèle de Paradigme repose sur une proposition de rachat immédiat en échange de bons d'achat créant ainsi un cercle économiquement vertueux, où les vendeurs/vendeuses deviennent des acheteurs/acheteuses sans sortie de trésorerie par la société tout en nourrissant une offre attractive pour les autres utilisateurs de la plateforme. Pour pouvoir capitaliser sur ce modèle, la société peut s'appuyer sur une gestion efficace de la logistique des pièces en vente et un vrai savoir-faire dans leur exposition, avec pour objectif de reproduire l'expérience d'achat du neuf en seconde main. Paradigme revend aujourd'hui une centaine de marques haut-de-gamme en seconde main telles que **Sézane, ba&sh ou Maje**. Parmi elles, une quinzaine d'acteurs ont lancé leur offre de seconde main avec l'aide de Paradigme comme Petite Mendigote ou Ines de la Fressange Paris.

Cette prise de participation est associée à la mise en place d'un partenariat opérationnel lancée le 3 avril qui prévoit que les membres de Showroomprivé pourront désormais proposer à Paradigme de reprendre leurs pièces d'occasion issues de marques premium. Des pièces qui leurs permettront d'obtenir des cartes cadeaux à dépenser dans les segments mode, décoration et accessoires, mais également maison, voyage et sport du site showroomprive.com.

David Dayan, déclare :« *Nous sommes très heureux d'accompagner Fabien et Vincent dans un projet entrepreneurial aussi pertinent. C'est le premier investissement de Showroomprivé dans la seconde main et il correspond en tout point à notre vision du sujet. Paradigme place en effet la durabilité au cœur de son modèle, associe la seconde main au premium et propose un véritable partenariat aux marques qu'il intègre à son univers BtoC.* »

POINT D'ÉTAPE SUR ACE ET PERSPECTIVES 2024

Showroomprivé a commencé à mettre en œuvre les mesures d'accélération de sa feuille de route ACE notamment la poursuite de la rationalisation du réseau logistique, la mise en place de leviers marketing ciblés et ROIstes ainsi que le déploiement des solutions d'Intelligence Artificielle. Le Groupe va également initier le déploiement de la Marketplace dans les pays européens où il est désormais bien implanté.

Showroomprivé confirme que l'année 2024 sera une année de transformation avec des dépenses opérationnelles qui pourront impacter la rentabilité. Par ailleurs, dans le cadre de sa rationalisation de son réseau logistique, des

investissements seront déployés et impacteront la trésorerie. Cependant, le Groupe restera vigilant sur la maîtrise de sa structure de coûts et optimisera l'allocation de ses ressources au profit de ses activités à fort potentiel.

PROCHAINES INFORMATIONS

Assemblée Générale Mixte Annuelle 2024 : 19 juin 2024

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 2023 un volume d'affaires brut TTC³ de plus de 1 milliard d'euros, et un chiffre d'affaires net de 677 millions d'euros. Le Groupe est dirigé par David Dayan, cofondateur, et emploie plus de 1 100 personnes.

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

CONTACTS

Showroomprivé

Sylvie Chan Diaz, Relation Investisseurs
investor.relations@showroomprive.net

Anne Charlotte Neau-Julliard
Relations.presse@showroomprive.net

NewCap

Communication financière
Théo Martin, Louis-Victor Delouvrier

Relations médias financiers

Gaëlle Fromaigeat, Nicolas Merigeau
showroomprive@newcap.eu

⁴ 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