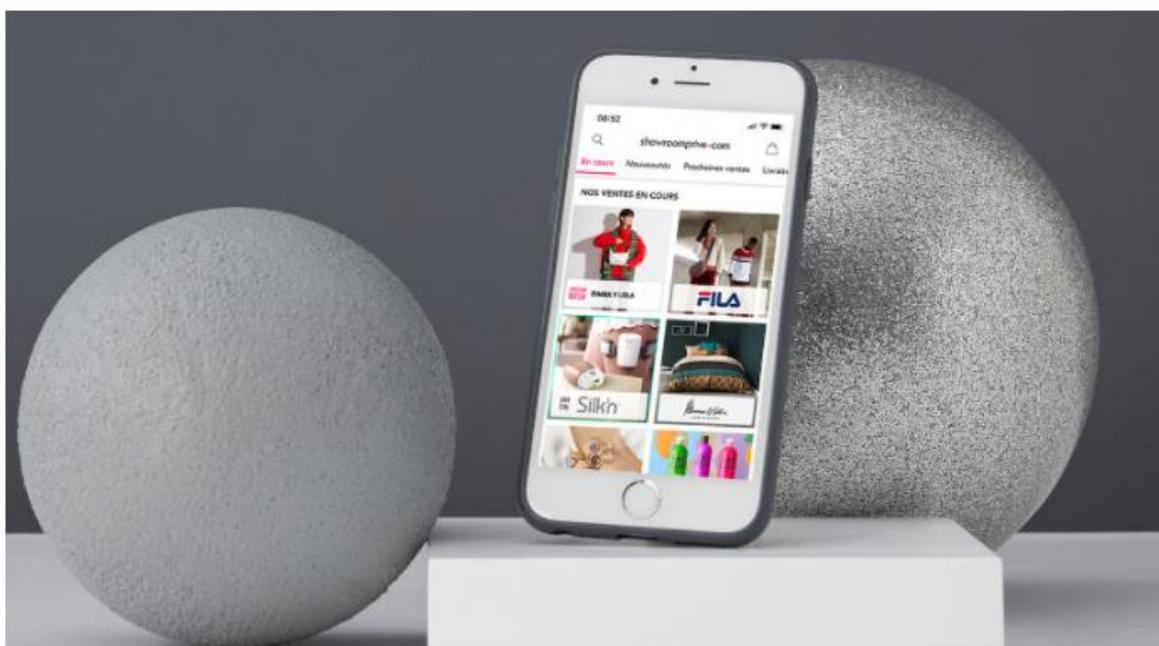


ECOMMERCE

## Showroomprivé vuelve al beneficio: 27,3 M€, un 96,1% más que en 2020



Un volumen de mercancías bruto (GMV) de 992,5 mill€, un 30% más y una facturación al alza, un 26,3% , para la plataforma ecommerce

11/03/2022 ecommerce

Showroomprivé cierra su ejercicio 2021 con datos en positivo, aunque con incertidumbre de cara a 2022. La plataforma de ecommerce ha alcanzado un volumen de mercancías bruto (GMV) de 992,5 millones de euros, un 30% más que en 2020. Su facturación, también al alza, ha aumentado un 26,3%, dejando a la compañía francesa ingresos por valor de 723,8 millones.

A pesar de las restricciones asociadas a la pandemia de coronavirus y los problemas experimentados en la cadena de suministro global, Showroomprivé ha mostrado a sus accionistas cifras positivas en su último ejercicio. Tanto su GMV como su facturación consiguen elevarse a doble dígito, reflejado también en el beneficio neto, gracias a un férreo control de los gastos.

El volumen total de mercancías vendidas en el marketplace ha ascendido hasta los **992,5 millones de euros, un 30% más alto que en 2020**. La facturación lo hace a un ritmo del 26,3%, hasta los 723,8 millones. El **margen operativo** también crece. **Pasa del 39,1% sobre ventas al 39,8%**. Esto se refleja en el **ebitda**, que se eleva hasta los **48,2 millones (+6,2%)** y el **beneficio neto, posicionado en los 27,3 millones, un 96,1% más alto** que en 2020.

Los resultados obtenidos dan pie a la compañía a iniciar una nueva hoja de ruta. “Después de la exitosa implantación de nuestro 2018-2020 Performance Plan y la aceleración de las iniciativas llevadas a cabo en los últimos meses, ahora tenemos una ambición clara: ser la plataforma de la compra inteligente, apoyando la digitalización de nuestras marcas asociadas y promoviendo un consumo sostenible y asequible a los miembros de nuestra comunidad”, informa **David Dayan**, cofundador, presidente y CEO de **Showroomprivé**.

Una nueva etapa que no resultará fácil durante este año, debido a los retos que observa la empresa francesa de cara a 2022. **François de Castelnaud**, CFO de **Showroomprivé**, anticipa ingresos en el primer semestre por debajo de 2021.

“Se espera que los problemas de inventario vayan desapareciendo a partir del segundo semestre, pero seguiremos monitorizando los incrementos de los precios de las materias primas así como los desarrollos en el contexto macroeconómico global y geopolítico que podrían afectar a los márgenes”, sentencia.

