

RÉSULTATS ANNUELS 2023

SHOWROOMPRIVÉ FRANCHIT LE CAP
DU MILLIARD D'EUROS DE VOLUME D'AFFAIRES

- Croissance de +6,3% du volume d'affaires (GMV)¹ en 2023, au-delà du **milliard d'euros**, reflétant les premiers effets de la feuille de route ACE (Adapt, Consolidate, Expand)
- Chiffre d'affaires en progression de +3,0% atteignant 677 millions d'euros dans un marché en recul de 1,8% selon la Fevad²
- **Solide performance des relais de croissance**, en particulier The Bradery (+76%) l'International (+10%) et la Marketplace (+85%), confirmant la pertinence des choix stratégiques du Groupe
- **Taux de satisfaction client record** avec un NPS³ en augmentation de 200 points de base
- **Amélioration de la marge d'EBITDA** de 3,0% à 3,5% sous l'effet de la bonne tenue de la marge brute, des coûts de structure et des premiers effets de la rationalisation du réseau logistique
- **Progression de l'EBITDA de 21%** passant de 19,5 millions d'euros à 23,6 millions d'euros et **quasi-doublement du résultat opérationnel courant** à 8,1 M€
- Mise en place réussie des premières initiatives **de la feuille de route ACE** en 2023
- **Perspectives 2024 : accélération du déploiement** de la feuille de route ACE incluant des initiatives marketing plus ciblées, un accompagnement renforcé auprès des marques et le recentrage de Showroomprivé autour de la technologie avec l'intensification du rythme d'innovation en intégrant notamment des solutions d'Intelligence Artificielle

La Plaine Saint Denis, France, le 14 mars 2024 – Showroomprivé (SRP Groupe), groupe européen spécialisé dans le *smart shopping*, publie ses résultats pour l'exercice clos au 31 décembre 2023, arrêtés par le Conseil d'administration du 14 mars 2024.

David Dayan, Président-directeur Général de Showroomprivé, déclare : « *Si la morosité conjoncturelle persistante du marché en 2023 a pesé sur notre cœur d'activité et ralenti la progression du chiffre d'affaires, elle aura également été un révélateur de la solidité de notre modèle et de nos leviers de croissance. Ces derniers ont répondu à nos attentes et nous ont permis de signer un nouvel exercice de hausse des ventes et de la rentabilité. La performance de The Bradery, pour sa première année complète au sein du Groupe, est un franc succès. La contribution positive des leviers de croissance tels que la Marketplace, l'International ou encore le Retail Media témoigne de l'excellence des actifs du Groupe.*

Au cours de l'exercice écoulé, nous avons posé les jalons nécessaires au déploiement de notre roadmap ACE, dégageant déjà des premiers résultats tant en termes de volume d'affaires avec le franchissement du milliard d'euros, que d'efficacité opérationnelle comme en témoigne la rationalisation de notre réseau logistique, et de rentabilité financière. Nous allons accélérer, étendre et approfondir les premières initiatives prises dans le cadre de

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

² La Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD)

³ Net Promoter Score

la feuille de route ACE afin d'activer notre plein potentiel de croissance rentable. Pour réussir le déploiement de cette stratégie, nous allons replacer la technologie au centre de notre modèle et mettre à disposition de nos équipes les innovations qui vont révolutionner le e-commerce. En particulier, nous allons réaliser dans le domaine de l'Intelligence Artificielle des développements internes ainsi que des partenariats avec les start-ups les plus en pointe. Au-delà de la poursuite de la croissance rentable, 2024 sera donc une année clé, nécessitant des investissements substantiels, mais au terme de laquelle le Groupe bénéficiera d'un potentiel de création de valeur renforcé. »

SHOWROOMPRIVÉ ATTEINT LE MILLIARD D'EUROS DE VOLUME D'AFFAIRES MALGRÉ LES DIFFICULTÉS DU SECTEUR DE L'HABILLEMENT

Chiffres d'affaires 2023

(millions €)	2022	2023	Variation en %
Chiffre d'affaires Internet			
France	532,3	536,2	0,7%
International	117,5	129,0	+9,8%
Chiffre d'affaires Internet Total	649,8	665,2	+2,4%
Autres revenus	7,5	12,0	+58,7%
Chiffre d'affaires net	657,4	677,2	+3,0%

Showroomprivé a réalisé pour la première fois en 2023, un volume d'affaires (GMV) d'un milliard d'euros, en progression de 6,3% en comparaison de l'exercice précédent, traduisant la montée en puissance de métiers dont la performance est principalement reflétée par le volume d'affaires comme la Marketplace ou le segment Voyages et Loisirs. Le chiffre d'affaires ressort à 677,2 M€ en hausse de +3,0% par rapport à 2022, la dégradation de l'économie sur la seconde partie de l'année ayant pénalisé l'activité du second semestre (-3,0% vs. S2 22), notamment au 3^{ème} trimestre ; une tendance partiellement compensée par la très bonne performance de The Bradery qui affiche une croissance de 76% en année pleine. Cette solide performance a été réalisée dans un environnement resté difficile en raison du maintien à un niveau élevé de l'inflation qui a pesé sur la consommation des ménages, toujours sous pression, entraînant des difficultés pour de nombreuses enseignes d'habillement.

Pour contrebalancer les effets de la conjoncture sur son cœur de métier, Showroomprivé a su s'appuyer sur le dynamisme de ses relais de croissance :

- **The Bradery**, consolidé pour la 1^{ère} fois en année pleine contre 7 mois en 2022, a signé une croissance soutenue, matérialisant son potentiel vis-à-vis des millenials. Une dynamique accélérée par les synergies commerciales dégagées avec Showroomprivé. Le site, qui affiche une forte **progression de ses ventes de +76%**, a consolidé son portefeuille avec des marques très recherchées.
- **La Marketplace** continue sa montée en puissance avec **une augmentation de +85%** de son volume d'affaires par rapport à l'année dernière. Une dynamique alimentée par la rationalisation du portefeuille de partenaires pour améliorer la qualité de la livraison ainsi que par l'arrivée de 52 nouvelles marques cette année.
- **SRP Services**, confronté à un environnement adverse, a réalisé **une croissance de près de +15%**. La pertinence et la diversité des offres proposées ont ainsi permis de surperformer un marché ralenti par la frilosité des annonceurs.
- Le segment **Voyages et Loisirs** est lui aussi bien orienté sur l'exercice, **en hausse de +12%**. Les offres ont cependant été pénalisées en début d'année par un positionnement de prix trop ambitieux des tours opérateurs mais celles-ci ont bien redémarré une fois le réajustement opéré.
- **L'International a progressé de près de +10%**, délivrant un EBITDA positif, l'ensemble des marchés en Europe affichant une croissance soutenue notamment dans les zones priorisées en termes d'investissement.

Sur son marché historique de la vente événementielle, Showroomprivé, après un premier trimestre 2023 bien orienté, a vu son activité ralentir dans le sillage d'un environnement dégradé. Certains segments ont surperformé, à l'instar du segment Sport & Lifestyle (+66%) qui a bénéficié de ventes régulières avec des marques de renom. À l'inverse, le manque d'attractivité de l'offre sur le segment Maison & Déco a pénalisé l'activité qui ressort en baisse de -26% dans un contexte de marché qui est lui-même en régression de -0,5%. Le segment de la Mode performe mieux que le marché du e-commerce de l'habillement en France, en repli de -5%⁴, avec une performance stable par rapport à 2022. Les difficultés rencontrées par les marques ont provoqué des opportunités en générant des stocks disponibles, mais imposeront de renouveler les partenaires en 2024 pour compenser la disparition des enseignes les plus fragiles. Enfin, Beauté privée, impacté par des problèmes de référencement sur Google, n'a pas encore retrouvé une dynamique satisfaisante avec un chiffre d'affaires en baisse d'environ -6%.

Le chiffre d'affaires non stratégique des autres activités (déstockage physique « wholesale » d'inventus ou de retour Internet) a contribué positivement à la croissance avec 3,5 M€ de chiffre d'affaires additionnel par rapport à l'exercice précédent, qui s'établissait à 10,4 M€, en ligne avec les ventes du Groupe.

Le mix de vente entre nos canaux de distribution (ventes conditionnelles, fermes et dropshipping) a connu une légère décroissance des ventes conditionnelles au profit des ventes fermes dans un contexte de marché favorable aux prises d'opportunité.

En 2023, Showroomprivé a mené plusieurs actions marketing avec succès. En particulier, une campagne de notoriété a été activée au second semestre avec comme point d'orgue le lancement réussi de ShowroomBy, où des influenceurs de renom sont venus promouvoir leurs sélections mode, maison, beauté et voyage sur la plateforme. Le Groupe a également poursuivi le déploiement de la solution Unlimitail qui combine les technologies les plus avancées dans une solution complète réunissant toute la chaîne de valeur du retail media à travers la France et l'Europe continentale.

Indicateurs clés de performance

	Pro forma 2022	2023	Variation en %
Acheteurs cumulés* (en millions)	14,7	15,7	+7,3%
Acheteurs** (en millions)	3,7	3,7	-0,2%
dont acheteurs fidèles***	2,6	2,7	+3,7%
<i>En % du nombre d'acheteurs total</i>	70%	73%	3 pt
Nombre de commandes (en millions)	13,7	12,9	-5,6%
Chiffre d'affaires par acheteur (IFRS)	176,9	178,8	+1,1%
Nombre moyen de commandes par acheteur	3,7	3,5	-5,4%
Taille du panier moyen	48,1	51,5	6,9%

* 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

En 2023, pour la première année, les indicateurs clés consolident les chiffres de l'ensemble des plateformes du Groupe dont The Bradery et Beauté privée. Sur l'ensemble du périmètre, l'acquisition de nouveaux membres a été dynamique au cours de l'exercice, permettant une augmentation des acheteurs cumulés de +7,3%, portant leur nombre à près de 16 millions. Si les acheteurs ont été un peu moins actifs cette année, le taux de clients fidèles demeure stable au niveau élevé de 73%.

En ligne avec la stratégie de premiumisation, le panier moyen a augmenté une nouvelle fois, dépassant les 50€, une hausse supérieure à 3€ sur un an, pour atteindre 51,5€. L'augmentation du panier moyen (+7%) a pu compenser intégralement la baisse du nombre moyen de commandes par acheteur (-5%) permettant ainsi une

⁴ Source Fevad : Bilan du e-commerce en France en 2023

hausse du chiffre d'affaires par acheteur de +1%. Cette croissance du panier moyen global a profité de l'intégration de The Bradery, dont le panier moyen dépasse significativement celui du Groupe et ressort en forte hausse de +10%, mais a toutefois pâti de l'intégration de Beauté privée dont les paniers moyens sont inférieurs à ceux de Showroomprivé.

Enfin, le Groupe obtient des taux record de satisfaction client pendant la période avec un NPS livré de 57% (+200 points de base vs. 2022) en France.

PROGRESSION DE LA RENTABILITÉ ET DE LA GÉNÉRATION DE CASH-FLOW GRÂCE AUX 1^{ÈRES} MESURES DE LA FEUILLE DE ROUTE ACE

Chiffres clés 2023

(millions €)	2022	2023	Variation en %
GMV	945,0	1 005,0	+6,3%
Chiffre d'affaires net	657,4	677,2	+3,0%
Chiffre d'affaires Internet total	649,8	665,2	+2,4%
Marge Brute	244,7	258,8	+5,8%
Marge brute en % du CA	37,2%	38,2%	+1,0 pt
Charges opérationnelles	-240,5	-250,7	4,3%
En % du CA	36,6%	37,0%	+0,4 pt
EBITDA	19,5	23,6	+21,1%
Marge EBITDA en % du CA	3,0%	3,5%	+0,5 pt

Le conseil d'administration de SRP Groupe s'est réuni le 14 mars 2024 et a arrêté les comptes consolidés de l'exercice 2023. Les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Le rapport d'audit sera émis après la finalisation des vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et réglementaires.

Hausse de 21% de l'EBITDA⁵ à 23,6 M€ et résultat net en progression malgré des charges non récurrentes

Sous l'effet de la premiumisation du mix produit et d'un strict contrôle des prix d'achat, la marge brute a progressé de 14,1 M€ sur l'ensemble de l'année, soit 38,3% du chiffre d'affaires (contre 37,2% en 2022). Cet effet favorable a été amplifié par la stricte maîtrise des charges opérationnelles, avec une évolution des recrutements, désormais quasi-exclusivement centrés sur la mise en œuvre de la feuille de route ACE, ainsi que des frais marketing bien maîtrisés malgré l'importante campagne de notoriété déployée au dernier trimestre de l'exercice. En parallèle, les économies dégagées par les premières mesures de rationalisation de la logistique et des transport implémentées dans le cadre de la roadmap ACE, contribuent à porter l'EBITDA à 23,6 M€ sur l'exercice, en hausse de 21% par rapport à 2022, soit une progression de la marge de 52 points de base pour atteindre 3,5%.

Après amortissements et provisions, le résultat opérationnel avant les charges non courantes s'établit à 8,1 millions d'euros, contre 4,2 millions d'euros sur l'exercice précédent. Cette amélioration significative

⁵ 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

est une conséquence directe des mesures d'optimisation continue des OPEX dans le cadre de la feuille de route ACE et notamment de l'accent mis sur la rationalisation du réseau logistique et l'optimisation d'Astrolab.

(millions €)	2022	2023	Variation 23-22 (%)
Résultat opérationnel courant	4,2	8,1	+90,7%
Autres produits et charges opérationnels	-2,5	-7,0	+177,4%
Résultat opérationnel	1,7	1,2	-31,2%
Coût de l'endettement financier	-1,0	-1,9	+90,5%
Autres produits et charges financières	0,0	1,7	n.a.
Résultat avant impôt	0,7	1,0	43,8%
Impôts sur les bénéfices	-0,4	-0,5	+34,5%
Résultat net	0,3	0,5	+54,5%

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

Les autres produits et charges opérationnels s'élèvent à -7,0 M€ impactés par des charges non-courantes principalement liées aux frais d'indemnisation des entrepôts logistiques dans le cadre de la rationalisation du réseau et d'une révision de l'évaluation du prix de l'option de vente détenue par les deux cofondateurs de The Bradery sur une partie du solde de leur participation.

Le coût de l'endettement financier progresse légèrement à -1,9 M€ dans un contexte de remontée des taux d'intérêt, compensé à hauteur de 1,7 M€ par les intérêts perçus des placements de notre trésorerie. Le Groupe constate une charge d'impôt de -0,5 M€.

Après prise en compte de ces éléments, le résultat net du Groupe ressort en progression de 54,5% à 0,5 M€ en 2023.

Éléments de trésorerie

(millions €)	2022	2023
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles	+18,4	+12,1
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	-16,2	-9,2
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	-18,2	-15,9
Variation nette de la trésorerie	-16,0	-12,9

Les flux de trésorerie générés par l'activité ressortent à 12,1 M€ en 2023 contre 18,4 M€ en 2022, un léger recul expliqué par une variation défavorable du BFR en raison d'une plus grande quantité d'achat ferme effectués au cours de l'année pour répondre aux opportunités ponctuelles liées aux difficultés de certaines enseignes d'habillement.

Ces flux permettent cependant d'autofinancer les décaissements nets liés aux investissements inhérents à l'activité du Groupe, d'un montant de 9,2 millions d'euros sur la période, inférieurs à ceux de 2022 qui comprenaient l'acquisition de The Bradery.

Après intégration de la poursuite du remboursement de la dette financière pour un montant de 13,5 millions d'euros (incluant la dette relative à IFRS 16) et des intérêts versés à 1,9 M€, la consommation de trésorerie ressort à 12,9 M€ sur l'exercice.

Bilan

ACTIF (millions €)	31/12/2022	31/12/23	PASSIF (millions €)	31/12/2022	31/12/2023
Total Actifs non-courants	223,8	214,5	Total Capitaux propres	201,5	202,8
Total Actifs courants	224,7	218,4	Total Passifs non courants	43,5	28,0
<i>Dont stocks et en-cours</i>	78,7	89,9	<i>Dont dettes financières</i>	42,8	26,7
<i>Dont Trésorerie et équivalent</i>	83,5	70,6	Total Passifs courants	203,4	202,2
			<i>Dont dettes financières</i>	15,2	15,7
Total Actifs	448,5	432,9	Total des Passifs	448,5	432,9

Les capitaux propres s'établissent à 202,8 M€ au 31 décembre 2023.

Le Groupe dispose d'une trésorerie disponible brute de 70,6 millions d'euros à la clôture de l'exercice. Le remboursement d'emprunts sur la période aboutit à une réduction de la dette financière brute à 42,3 M€ au 31 décembre 2023. La situation de trésorerie nette est ainsi positive à hauteur de 38,2 M€ hors dette IFRS 16.

La dette financière nette inclut 10,0 M€ de dettes locatives (IFRS 16) au 31 décembre 2023. En intégrant cet élément comptable, la trésorerie nette atteint 28,2 M€.

Le Groupe peut donc s'appuyer sur une situation financière solide pour financer des investissements ambitieux et transformants.

PERSPECTIVES 2024 : UNE ANNÉE DE TRANSFORMATION AVEC L'ACCÉLÉRATION DU DÉPLOIEMENT DE LA FEUILLE DE ROUTE ACE

Bien que le niveau de l'inflation commence à se stabiliser, les tensions persistantes sur le pouvoir d'achat, attestées par de fragiles indicateurs de confiance des ménages, indiquent que l'environnement de marché reste incertain pour l'année en cours. Malgré la nécessité de compenser le chiffre d'affaires généré avec des marques en cessation d'activité et le besoin de redynamiser l'offre sur des segments clés tels que la maison, Showroomprivé ambitionne de poursuivre sa croissance rentable en 2024. Pour ce faire, le Groupe pourra notamment s'appuyer sur la poursuite de l'expansion de The Bradery, sur la part croissante de l'International et de la Marketplace dans son mix d'activités, sur le redressement attendu des ventes de Beauté privée et, enfin, sur des segments cibles.

Dans la continuité des premières initiatives amorcées en 2023 dans le cadre de sa feuille de route ACE, le Groupe entend également faire de 2024 une année transformante en poursuivant la rationalisation du réseau logistique, l'amélioration continue de l'UX et de l'UI ainsi que la poursuite de la mise en place de leviers marketing ciblés et ROIstes. En complément, le Groupe utilisera les dernières innovations en matière de **marketing digital et de tarification dynamique**.

Showroomprivé réalisera en parallèle des investissements avec l'objectif de remettre sa plateforme technologique au centre de sa stratégie, celle-ci restant le socle de tous les chantiers de la transformation et des ambitions de la société. **Soucieux de rester en avance de phase sur son marché**, le Groupe va déployer des solutions **d'Intelligence Artificielle Générative** ainsi que des solutions fondées sur de l'IA non Générative développées en interne pour optimiser son efficacité organisationnelle et engendrer des économies de temps et de coûts substantielles.

Les investissements nécessaires à cette transformation ambitieuse seront réalisés dans le courant 2024.

PROCHAINES INFORMATIONS

Résultats du 1^{er} trimestre 2024 : 25 avril 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 TTC⁶ 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, co-fondateur, et emploie plus de 1 100 personnes.

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

CONTACTS

Showroomprivé

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

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

NewCap

Communication financière
Théo Martin, Louis-Victor Delouvrier

Relations médias financiers
Gaelle Fromaigeat, Nicolas Merigeau
showroomprivé@newcap.eu

ANNEXES

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

COMPTE DE RÉSULTAT

(milliers €)	2022	2023	Variation
Chiffre d'affaires net	657 369	677 164	3,0%
Coût des marchandises	-412 669	-418 317	1,4%
Marge brute	244 699	258 847	5,8%
<i>Marge brute en % du chiffre d'affaires</i>	<i>37,2%</i>	<i>38,2%</i>	<i>+0,9 pt</i>
Marketing ¹	-24 755	-27 721	12,0%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>3,8%</i>	<i>4,1%</i>	<i>+0,3 pt</i>
Logistique et traitement des commandes	-153 517	-152 029	-1,0%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>23,4%</i>	<i>22,5%</i>	<i>-1,0 pt</i>
Frais généraux et administratifs	-62 202	-70 956	14,1%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>9,5%</i>	<i>10,5%</i>	<i>+1 pt</i>
Total des charges opérationnelles	-240 473	-250 706	4,3%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>36,6%</i>	<i>37,0%</i>	<i>0,4 pt</i>
Résultat opérationnel courant	4 226	8 140	+92,6%
Autres produits et charges opérationnels	-2 508	-6 958	+177,4%
Résultat opérationnel	1 718	1 182	-31,2%
Coût de l'endettement financier	-999	-1 903	90,5%
Autres produits et charges financiers	-31	1 710	
Résultat avant impôt	688	989	43,8%
Impôts sur les bénéfices	-369	-497	34,5%
Résultat net	319	492	54,5%
EBITDA	19 510	23 627	+21,1%
<i>EBITDA en % du chiffre d'affaires</i>	<i>3,0%</i>	<i>3,5%</i>	<i>+0,5 pt</i>

¹Conformément 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

	2022	2023	Variation
INDICATEURS CLIENTÈLE			
Acheteurs cumulés (en milliers)	14 653	15 723	7,3%
<i>France</i>	12 042	12 900	7,1%
<i>International</i>	2 611	2 823	8,1%
Acheteurs (en milliers)	3 727	3 719	-0,2%
<i>France</i>	3 109	3 050	-1,9%
<i>International</i>	618	670	8,3%
Chiffre d'affaires par acheteur (€)	177	179	1,1%
<i>France</i>	174	175	0,6%
<i>International</i>	190	195	2,7%
COMMANDES			
Nombre de commandes (en milliers)	13 693	12 928	-5,6%
<i>France</i>	11 162	10 197	-8,6%
<i>International</i>	2 530	2 731	7,9%
Nombre moyen de commandes par acheteur	3,7	3,5	-5,4%
<i>France</i>	3,6	3,3	-6,9%
<i>International</i>	4,1	4,1	-0,4%
Taille du panier moyen (€)	48,1	51,5	6,9%
<i>France</i>	48,5	52,4	8,0%
<i>International</i>	46,4	47,9	3,1%

BILAN

<i>(milliers €)</i>	31/12/2022	31/12/2023
ACTIFS NON COURANTS		
Goodwill	129 912	129 912
Autres immobilisations incorporelles	54 274	53 184
Immobilisations corporelles	33 225	24 729
Autres actifs non-courants	6 370	6 660
Total des actifs non-courants	223 781	214 485
ACTIFS COURANTS		
Stocks et en-cours	78 741	89 921
Clients et comptes rattachés	20 235	25 546
Créances d'impôt	3 248	668
Autres actifs courants	38 981	31 730
Trésorerie et équivalents de trésorerie	83 477	70 574
Total des actifs courants	224 682	218 439
Total des actifs	448 463	432 924
Emprunts et dettes financières	42 801	26 692
Engagements envers le personnel	621	874
Autres provisions	123	388
Impôts différés	-	-
Total des passifs non-courants	43 545	27 954
Emprunts et concours bancaires (part à moins d'un an)	15 153	15 656
Fournisseurs et comptes rattachés	143 871	136 020
Autres passifs courants	44 399	50 486
Total des passifs courants	203 423	202 161
Total des passifs	246 969	230 115
Total des capitaux propres	201 495	202 807
Total des passifs et des capitaux propres	448 463	432 924

FLUX DE TRESORERIE

(milliers €)	2022	2023
Résultat net consolidé	319	492
<i>Ajustements et autres</i>	15 738	16 299
Capacité d'autofinancement après coût de l'endettement financier net et impôt	16 057	16 791
<i>Élim. de la charge (produit) d'impôt</i>	369	497
<i>Élim. du coût de l'endettement financier net</i>	999	1 900
<i>Incidence de la variation du besoin en fonds de roulement</i>	5 720	-9 374
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles avant impôt	23 145	9 814
<i>Impôts payés</i>	-4 776	2 339
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles	18 369	12 153
Incidence des variations de périmètre	-6 498	-
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles	-8 865	-9 020
Acquisition (cession) d'actifs financiers	-	-100
Variation des prêts et avances consentis	-869	-310
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	59	242
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	-16 173	-9 188
Augmentation de capital	-	-
Cession (acquisition) nette d'actions propres	-4 134	-446
Émission d'emprunts	-	-
Remboursement d'emprunts	-13 137	-13 519
Intérêts financiers nets versés et autres	-942	-1 900
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	-18 214	-15 865
Incidence de la variation des taux de change	-56	-4
Variation de la trésorerie	-16 074	-12 903

RÉCONCILIATION DE L'EBITDA

(milliers €)	2022	2023
Résultat net	319	492
Amortissement des actifs incorporels reconnus à l'occasion d'un regroupement d'entreprise	1 426	1 617
Amortissements et dépréciation des immobilisations	13 858	13 869
<i>Dont amortissement en logistique et traitement des commandes</i>	<i>4 126</i>	<i>4 305</i>
<i>Dont amortissement en frais généraux et administratifs</i>	<i>9 732</i>	<i>9 564</i>
Autres produits et charges financiers	2 509	6 958
Coût de l'endettement financier	1 030	193
Impôt sur les bénéfices	369	497
EBITDA	19 510	23 627

RECONCILIATION DE LA GMV

(milliers €)	2022	2023
Ventes Internet brutes	912 647	965 543
TVA	-142 109	-166 956
Impact sur la comptabilisation du chiffre d'affaires	-135 660	-160 581
Ventes non-Internet & Autres	22 492	39 158
Chiffre d'affaires net IFRS	657 369	677 164

(milliers €)	2022	2023
Ventes Internet brutes	912 647	965 543
Autres services et autres revenus	26 991	39 158
Gross Merchandise Volume	939 637	1 004 702