

RESULTATS ANNUELS 2018

SHOWROOMPRIVE CONFIRME SA CROISSANCE ET REDRESSE SA PROFITABILITE

La Plaine Saint Denis, le 13 mars 2019 – Showroomprivé, acteur européen de premier plan de la vente en ligne, spécialisé dans l'offre mode à destination de la Digital Woman, publie ses résultats annuels pour l'exercice clos au 31 décembre 2018.

- A travers une approche plus sélective, Showroomprivé poursuit sa stratégie de croissance saine et profitable.
 - Croissance continue depuis le 2^{ème} trimestre avec des revenus en hausse de 3% sur l'année (+3% sur le quatrième trimestre).
 - Croissance de 5% sur son activité internet, son cœur de business, sur l'année (+8% sur le quatrième trimestre).
 - Net redressement de la profitabilité au 2^{ème} semestre tirée par une marge brute en hausse de 1,7 point à 37,4% et un contrôle accru des dépenses opérationnelles.
- Le Groupe est focalisé sur l'exécution du plan « Performance 2018-2020 » dont les premiers effets se matérialisent trimestre après trimestre, malgré une fin d'année au climat de consommation peu porteur.
- Ces actions s'inscrivent dans un contexte de fidélisation toujours croissante des membres et des marques partenaires du Groupe, validant la pertinence du modèle.
- Des progrès rapides et notables ont été réalisés dans le cadre du développement du partenariat avec Carrefour et se poursuivront avec ambition en 2019.
- En 2019, le Groupe garde pour priorité de poursuivre sa stratégie de croissance sélective et de renouer avec une profitabilité plus proche des niveaux historiques.

CHIFFRES CLES 2018

(millions €)	2017	2018	%Croissance	S2 2017	S2 2018	%Croissance
Chiffre d'affaires net	655,0	672,2	2,6%	348,8	356,8	2,3%
Chiffre d'affaires Internet total	629,9	658,5	4,5%	332,3	351,5	5,8%
EBITDA	13,1	5,1	-60,8%	2,2	5,9	172,1%
EBITDA en % du chiffre d'affaires	2,0%	0,8%	-1,2pt	0,6%	1,7%	1,1pt
Résultat net	-5,2	-4,4	16,8%	-5,0	2,1	

Commentant ces résultats, Thierry Petit et David Dayan, Co-fondateurs et Co-CEOs de Showroomprivé ont déclaré :

« Cette année 2018 est une année charnière pour Showroomprivé puisque, en cohérence avec notre plan stratégique lancé au premier semestre, nous avons décidé de recentrer clairement notre expansion autour de deux axes prioritaires : une croissance sélective accrue en misant sur une meilleure efficacité opérationnelle et le renforcement durable de notre rentabilité, avec une maîtrise totale de nos coûts et la remontée significative de notre marge brute. Désormais armé de fonds propres renforcés, grâce au plein succès de l'augmentation de capital soutenue par les actionnaires de référence dont Carrefour, et bouclée en fin d'année, Showroomprivé aborde 2019 avec confiance et ambition. Un nouveau chapitre est en train de s'écrire. Nous sommes bien déterminés à emmener l'entreprise au plus loin de ses belles capacités. »

FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE 2018

L'année 2018 a été pleinement consacrée au recentrage sur les **priorités opérationnelles à travers l'exécution du plan « Performance 2018-2020 » dont les effets continus depuis le 2^{ème} trimestre, valident le diagnostic mené par le management du Groupe.**

1. Des premiers effets du plan « Performance 2018-2020 » déjà visibles sur l'année

- L'entreprise a su progresser parallèlement sur deux axes majeurs :
 - l'amélioration de sa marge,
 - et la poursuite d'une croissance solide et pérenne depuis la fin du premier trimestre 2018.
- L'amélioration de la marge s'est poursuivie malgré une plus grande sélectivité commerciale, une baisse des achats fermes, et un contexte conjoncturel de fin d'année entravée par des troubles sociaux qui ont affecté les performances économiques françaises du dernier trimestre.
 - Le Groupe SRP a pourtant maintenu une croissance globale sur l'année de près de 3%, et même de 5% sur son activité internet, son cœur de business, grâce à la dynamique lancée au deuxième trimestre 2018.
 - Net rebond de la marge brute au 2^{ème} semestre en hausse de 1,7 point par rapport à la même période l'année dernière et de 2,4 points par rapport au 1^{er} semestre.
 - Contrôle des opex avec des frais généraux et administratifs en baisse de près d'un demi-million d'euros au 2^{ème} semestre par rapport au 1^{er} semestre.
 - Presque 6 millions d'euros d'EBITDA générés au 2^{ème} semestre.

2. Confirmation de l'attractivité de la proposition de valeur du Groupe

- La communauté des membres Showroomprivé encore plus nombreuse et fidèle :
 - Poursuite d'une bonne dynamique de recrutement avec 1.1 million de nouveaux acheteurs pour l'année 2018.
 - Engagement toujours plus fort de nos membres avec 82% des revenus générés par des acheteurs réguliers (+4 points vs. 2017) et un revenu par acheteur en hausse de près de 4%.
 - Satisfaction soutenue avec un taux près de 90% d'intention de réachat.
- Une relation de long-terme avec les marques partenaires :
 - 89% des revenus générés par des marques fidèles au Groupe.
 - Un canal de distribution qui grandit, porté par la satisfaction de nos partenaires (revenus générés par le Top 20 en hausse de 59% en 2018).

3. Des avancées majeures dans le cadre du partenariat avec Carrefour

- Click-and-collect : validation d'un tarif préférentiel à 1.99€ sur l'année ; près de 2000 points ouverts à fin 2018 ; objectif de 3000 fin 2019.
- Progression dans l'enrichissement de nos initiatives marketing croisées.
- Lancement des premières campagnes data communes prévu au S1 2019 dans le cadre de la montée en puissance de SRP Media.
- Poursuite des réflexions sur le sourcing (développement de l'offre vins & spiritueux en dropshipment, réflexions autour des marques propres Carrefour).

4. Le succès de l'augmentation de capital d'un montant brut de 39,5 millions d'euros témoigne de la confiance renouvelée des actionnaires, notamment de Carrefour, et permet d'augmenter la flexibilité financière du Groupe dans le cadre de la mise en œuvre du plan « Performance 2018-2020 ».

- L'augmentation de capital a également permis de financer l'acquisition des 40% du capital de la société Beautéprivée non encore détenus par Showroomprivé en vue de renforcer la position de leader du Groupe sur la verticale de la beauté et du bien-être, à fort potentiel de croissance et complémentaire avec le secteur de la mode qui est l'ancrage traditionnel du Groupe.

- Cette augmentation a également permis de financer la partie résiduelle de l'investissement logistique annoncé en mars 2018, permettant d'internaliser partiellement la logistique et de générer ainsi des gains de productivité. L'appréciation attendue de ce plan logistique est estimée à environ 4 millions d'euros d'EBITDA à horizon 2020.

PERSPECTIVES POUR 2019

Le Groupe réaffirme sa volonté de se focaliser en priorité sur la poursuite d'une croissance solide, à la fois pérenne et profitable, en s'appuyant sur ses relations fortes avec les marques et ses membres. Celle-ci s'inscrit dans la poursuite du renforcement de l'efficacité opérationnelle et le développement de nouvelles opportunités de croissance, initiées dans le cadre de plan « Performance 2018 - 2020 ».

1. Des leviers forts d'amélioration de la rentabilité

Le Groupe confirme ainsi sa priorité de renouer rapidement avec des niveaux de rentabilité plus proches des niveaux historiques, en agissant sur les leviers suivants :

- Amélioration de la marge brute
 - Sélectivité et exigence maintenue au niveau des conditions d'achat
 - Amélioration opérationnelle du traitement des retours
 - Développement de SRP Media
 - Optimisation des achats fermes
- Concentration des efforts sur les géographies-clés
 - Fermeture des activités B2C en Allemagne, Pologne et site multidevises
- Plan d'économies et de gains de production de 8 à 10 millions d'euros à horizon 2020.
 - Contrôle strict des opex
 - Simplification de l'organisation et gains de productivité
 - Optimisation des dépenses marketing
- Finalisation de l'investissement logistique (permettant d'internaliser partiellement la logistique et de générer ainsi des gains de productivité et des économies de coûts, avec un impact positif sur l'EBITDA d'environ 4 millions d'euros à horizon 2020)

2. De nouvelles opportunités de croissance et de marge à moyen terme portées par les priorités stratégiques du Groupe

La Groupe va poursuivre le développement de ses trois axes stratégiques moyen terme dévoilés dans le cadre du plan « Performance 2018-2020 »

- Poursuite du développement de SRP Media et vive accélération de l'activité Data
- Partenariat avec Carrefour riche en réalisations et projets futurs
- Démarrage conforme au calendrier du nouvel entrepôt mécanisé au T3 2019 permettant l'internalisation d'une partie des flux logistiques du Groupe.

Thomas Kienzi, Directeur financier, a fait part de sa décision de poursuivre d'autres projets et de quitter l'entreprise après la publication des résultats annuels de 2018. Le Groupe SRP et ses dirigeants fondateurs le remercient pour la qualité du travail accompli et son engagement total pendant ses quatre années passées. Un processus de recrutement est actuellement en cours pour le poste de Directeur financier. Arnaud Delmotte, Directeur du contrôle de gestion Groupe, assurera la transition.

COMMENTAIRES DÉTAILLÉS PAR TYPE D'INDICATEURS

Chiffre d'affaires

(millions €)	2017	2018	%Croissance
Chiffre d'affaires Internet			
France	518,7	546,2	5,3%
International	111,2	112,3	1,0%
Chiffre d'affaires Internet Total	629,9	658,5	4,5%
Autres revenus	25,1	13,7	-45,4%
Chiffre d'affaires net	655,0	672,2	2,6%
(millions €)	T4 2017	T4 2018	%Croissance
Chiffre d'affaires net	214,5	220,0	2,6%

Le chiffre d'affaires du Groupe a progressé de près de 3% à 672 millions d'euros, tiré par la France où les ventes ont augmenté de 5% et dans une moindre mesure par les activités du Groupe à l'international qui affichent une croissance de 1%. Le chiffre d'affaires à périmètre comparable ressort en croissance de 1,3% par rapport à 2017.

La croissance annuelle s'inscrit en hausse malgré un environnement de consommation difficile en novembre et décembre. Sur le quatrième trimestre, le Groupe a affiché une croissance de 2,6%.

Indicateurs clés de performance¹

	2017	2018	%Croissance
Acheteurs cumulés (en millions)	7,9	9,0	13,6%
Acheteurs (en millions)	3,6	3,5	-2,1%
Nombre de commandes (en millions)	15,7	15,1	-3,8%
Chiffre d'affaires par acheteur	169,9	176,0	3,6%
<i>Nombre moyen de commandes par acheteur</i>	4,4	4,3	-1,8%
<i>Taille du panier moyen</i>	38,5	40,6	5,5%
Part du mobile dans le CA	62%	68%	6pts

¹ Hors Beauteprivee

La croissance du chiffre d'affaires en 2018 est stimulée par la hausse du chiffre d'affaires moyen par acheteur, lui-même tiré par une augmentation du panier moyen.

Le Groupe a continué d'étoffer sa base d'acheteurs uniques, avec le recrutement de 1,1 million de nouveaux acheteurs en 2018, et a enregistré 3,5 millions d'acheteurs sur l'année (vs. 3,6 millions en 2017).

Le chiffre d'affaires moyen par acheteur a continué à croître (+4%) pour atteindre 176€ témoignant de l'engagement croissant des acheteurs du Groupe. Il a été tiré par une hausse de près de 6% du panier moyen, qui compense largement le léger retrait du nombre de commandes par acheteurs (-2%).

La croissance du Groupe reste soutenue par le mobile, qui génère désormais 85% du trafic et plus des deux tiers du chiffre d'affaires net (68%), soit une hausse de 6 points par rapport à l'an passé (62%).

EBITDA

(millions €)	2017	2018	%Croissance	S2 2017	S2 2018	%Croissance
France	25,7	15,7	-38,8%	8,6	12,1	40,1%
<i>EBITDA France en % du CA</i>	4,7%	2,8%	-1,9pt	3,0%	4,0%	1,1pt
International	-12,7	-10,6	16,1%	-6,4	-6,2	-4,3%
<i>EBITDA International en % du CA</i>	-11,4%	-9,5%	1,9pt	-11,3%	-10,5%	0,8pt
EBITDA Total	13,1	5,1	-60,8%	2,2	5,9	172,1%
<i>EBITDA Total en % du CA</i>	2,0%	0,8%	-1,2pt	0,6%	1,7%	1,1pt

L'EBITDA du Groupe pour l'exercice 2018 ressort à 5,1 millions d'euros, malgré un EBITDA de -0,8 million d'euros au premier semestre, tiré par le rebond de la profitabilité sur le 2ème semestre avec un EBITDA de 5,9 millions en hausse de près de 4 millions d'euros par rapport au deuxième semestre 2017. Ce rebond de la profitabilité atteste des effets positifs du plan « Performance 2018-2019 » qui commencent à se matérialiser.

La marge d'EBITDA atteint 0,8% sur l'année, en baisse de 1,2 point par rapport à 2017, mais 1,7% sur la seconde moitié de l'année en hausse de 1,1 point par rapport à la même période l'année dernière.

L'amélioration observée s'explique par l'effet conjugué d'une amélioration de la marge brute, ainsi qu'une augmentation plus mesurée des coûts logistiques et de préparation de commandes, et des frais de structure (voir paragraphe ci-dessous pour plus de détails).

La marge d'EBITDA en France ressort à 15,7 millions d'euros, soit une marge de 2,8% en retrait de 1,9 point essentiellement impactée au premier semestre par la baisse de l'activité du début d'année et l'écoulement des reliquats d'achats fermes réalisés en 2017, ainsi que les investissements annoncés dans le cadre du plan « Performance 2018-2020 ». Sur le deuxième semestre 2018, la marge en France s'élève à 12,1 millions d'euros.

Les activités à l'international affichent une réduction des pertes de plus de 2 millions d'euros à -10,6 millions d'euros.

Structure de coûts

(millions €)	2017	2018	%Croissance	∫2 2017	∫2 2018	%Croissance
Chiffre d'affaires net	655,0	672,2	2,6%	348,8	356,8	2,3%
Coût des ventes	-416,0	-428,5	3,0%	-224,2	-223,4	-0,4%
Marge brute	239,0	243,8	2,0%	124,6	133,4	7,1%
<i>Marge brute en % du CA</i>	<i>36,5%</i>	<i>36,3%</i>		<i>35,7%</i>	<i>37,4%</i>	
Marketing ¹	-34,4	-34,6	0,4%	-21,4	-21,2	-0,6%
<i>en % du CA</i>	<i>5,3%</i>	<i>5,1%</i>		<i>6,1%</i>	<i>5,9%</i>	
Logistique et traitement des commandes	-150,5	-157,9	4,9%	-79,6	-83,2	4,5%
<i>En % du CA</i>	<i>23,0%</i>	<i>23,5%</i>		<i>22,8%</i>	<i>23,3%</i>	
Frais généraux et administratifs	-50,8	-57,0	12,2%	-26,2	-28,3	7,9%
<i>En % du CA</i>	<i>7,8%</i>	<i>8,5%</i>		<i>7,5%</i>	<i>7,9%</i>	
Total des charges opérationnelles courantes	-235,7	-249,4	5,8%	-127,2	-132,8	4,3%
<i>En % du CA</i>	<i>36,0%</i>	<i>37,1%</i>		<i>36,5%</i>	<i>37,2%</i>	
Résultat opérationnel courant	3,2	-5,7		-2,7	0,6	

¹Conformément aux recommandations de l'AMF, l'amortissement des actifs incorporels reconnu à l'occasion d'un regroupement d'entreprise, est présenté en « résultat opérationnel courant » au sein des dépenses marketing.

La marge brute s'est élevée à 243,8 millions d'euros (+2%) et représente 36,3% du chiffre d'affaires, en léger recul de 0,2 point par rapport à 2017.

L'évolution observée du taux de marge brute s'explique par l'effet combiné d'une baisse de 2,4 points au premier semestre à 35%, impactée par l'écoulement d'achats fermes réalisés en 2017 à des conditions commerciales moins favorables, et d'une nette amélioration au deuxième semestre (+1,7 point à 37,4%). Les progrès réalisés au 2^{ème} semestre ont été rendus possibles grâce à un niveau d'exigence commerciale accru, une plus grande sélectivité, la réduction du poids des ventes fermes (25% du chiffre d'affaires en baisse de 4 points), et la montée en puissance de SRP Media.

Les coûts d'exploitation ont augmenté de 110 points de base, passant de 36% à 37,1% du chiffre d'affaires principalement impacté par les coûts logistiques de Saldi Privati et l'effet année pleine des investissements de croissance effectués au 2^{ème} semestre 2017.

- Les dépenses marketing ressortent stable en valeur, et à 5,1% du chiffre d'affaires (-0,2 point)
- Les dépenses logistiques et de traitement des commandes passent de 23% du chiffre d'affaires en 2017 à 23,5% en 2018 impactées par le contrat logistique aux conditions financières défavorables de Saldi Privati qui a pris fin 2018. Retraitées de cette augmentation, elles seraient restées stables en pourcentage du chiffre d'affaires.
- Enfin, les frais généraux et administratifs ont augmenté de 6 millions d'euros sur l'année tirés par l'effet année pleine des investissements réalisés au 2ème semestre 2017 (renforcement des équipes commerciales, IT,

internationales et création d'une équipe SRP Media). Mais les premiers effets des plans d'économies ont commencé à se matérialiser dès le 2^{ème} semestre 2018 avec un recul de près d'un demi-million des frais de structure, par rapport au 1^{er} semestre de l'année.

Autres éléments financiers

(millions €)	2017	2018	%Croissance
Résultat opérationnel courant	3,2	-5,7	
Autres produits et charges opérationnels	-10,6	-0,7	-93,6%
Résultat opérationnel	-7,3	-6,3	13,7%
Coût de l'endettement financier	-0,2	-0,2	25,8%
Autres produits et charges financiers	-0,4	-0,1	-81,1%
Résultat avant impôt	-7,9	-6,6	16,3%
Impôts sur les bénéfices	2,7	2,3	-15,2%
Résultat net	-5,2	-4,4	16,8%

Les autres produits et charges opérationnels (-0.7 million d'euros) se répartissent ainsi :

- 5,4 millions d'euros de produit associé à un accord global formalisé en juin 2018 avec ePrice dans le cadre de l'acquisition de Saldi Privati. Cet accord porte sur :
 - la récupération d'une partie du prix d'acquisition pour non atteinte de critères de performance (2,5 millions d'euros),
 - le débouclage anticipé au 30 juin 2018, d'un contrat logistique signé avec ePrice au moment de l'acquisition de Saldi Privati ayant généré la reprise d'une provision pour contrat onéreux pour 4,9 millions d'euros, et le paiement d'une indemnité de 2 millions d'euros.
- 3,0 millions d'euros de frais non récurrents liés principalement à des coûts de réorganisation interne et à des honoraires de conseils
- 1,8 million d'euros de charges liées à l'attribution d'actions gratuites essentiellement au moment de l'introduction en bourse du Groupe fin 2015.
- 1,3 million d'euros de provisions pour litiges.

Le produit d'imposition du Groupe a baissé de 15% pour atteindre 2,3 millions d'euros.

En conséquence, le résultat net du Groupe ressort à -4.4 millions d'euros, impacté par les pertes affichées sur le premier semestre. Sur le deuxième semestre, le résultat net s'élève à 2,1 millions d'euros.

Éléments de trésorerie

(millions €)	2017	2018	S1 2018	S2 2018
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles	-38,2	6,7	-18,7	25,4
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	-20,8	-17,9	-9,9	-8,0
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	12,9	40,7	-0,2	40,9
Variation nette de la trésorerie	-46,1	29,5	-28,9	58,4

La variation nette de la trésorerie ressort en hausse de 30 millions d'euros sur l'année.

Elle est portée par une forte génération de trésorerie de 58 millions d'euros au 2^{ème} semestre, qui, retraitée du produit net de l'augmentation de capital menée par le Groupe, atteint 20 millions d'euros, soit près du double de l'année dernière à la même période (10 millions d'euros).

Cette variation positive s'explique par un flux de trésorerie lié aux activités opérationnelles en hausse de près de 8 millions d'euros à 25 millions d'euros, principalement tirée par une amélioration de la rentabilité.

Sur le premier semestre, elle s'élevait à -29 millions d'euros principalement impactée par des flux liés aux activités opérationnelles structurellement négatifs sur cette période du fait du caractère cyclique de l'activité du Groupe, et la baisse de la profitabilité enregistrée sur la 1^{ère} moitié de l'année (-12 millions d'euros vs. S1 2017).

Sur l'année, les flux de trésorerie liés aux activités d'investissements atteignent -18 millions d'euros, qui, retraités des investissements associés à l'ouverture du futur entrepôt logistique du Groupe (6 millions d'euros), restent en ligne avec l'année 2017 en pourcentage du chiffre d'affaires (1.8%).

Les flux de trésorerie associés aux activités de financement s'élèvent à 41 millions d'euros, principalement composés du produit net de l'augmentation de capital (38 millions d'euros), et des tirages de dette bancaire pour 4 millions d'euros afin de financer les premiers investissements associés au futur entrepôt logistique du Groupe.

La position brute de trésorerie du Groupe au 31/12/2018 s'établit à 80 millions d'euros.

*
* *

Le Conseil d'administration de SRP Groupe réuni le 13 mars 2019, a examiné et arrêté les comptes consolidés au 31 décembre 2018.

Conférence analystes & investisseurs

Intervenants :

- Thierry Petit, Président-Directeur général
- David Dayan, Directeur général délégué
- Arnaud Delmotte, Directeur du contrôle de gestion Groupe

Date : 13 mars 2019

18h30 heure de Paris – 17h30 heure de Londres

Les journalistes peuvent seulement écouter la conférence.

Lien webcast, valable pour le direct et pour le replay :

https://globalmeet.webcasts.com/starthere.jsp?ei=1233866&tp_key=78d5a0e3b9

Numéros à composer pour suivre la conférence EN DIRECT

- France : +33 (0)1 76 77 22 57
- Royaume Uni : +44 (0)330 336 9411
- Code d'accès : 5256651

DECLARATIONS 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.

PROCHAINES INFORMATIONS

Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2019 : début mai 2019

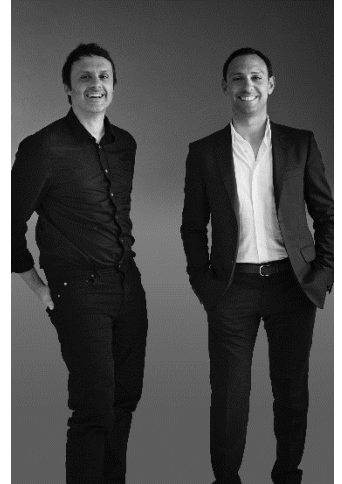
A PROPOS DE SHOWROOMPRIVE.COM

Showroomprivé.com est un acteur européen de la vente événementielle en ligne, innovant et spécialisé dans la mode. Showroomprivé propose une sélection quotidienne de plus de 2 000 marques partenaires sur ses applications mobiles ou son site Internet en France et dans huit autres pays.

Depuis sa création en 2006, la société a connu une croissance rapide et rentable.

Coté sur le marché Euronext Paris (code : SRP), Showroomprivé a réalisé en 2018 un volume d'affaires brut TTC de plus de 900 millions d'euros, et un chiffre d'affaires net de 672 millions d'euros, en croissance de 3% par rapport à l'année précédente. Le Groupe emploie plus de 1 150 personnes.

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



CONTACTS

Showroomprivé

Damien Fornier de Violet, Relations Investisseurs
investor.relations@showroomprive.net

Adeline Pastor, Directrice Communications
+33 1 76 21 19 46
adeline.pastor@showroomprive.net

Taddeo

Anne Charlotte Neau, Directeur-conseil
+ 33 (0)1 83 97 41 48
anne-charlotte.neau@taddeo.fr

ANNEXES

COMPTE DE RESULTAT

(milliers €)	2017	2018	%Croissance	S2-17	S2-18	%Croissance
Chiffre d'affaires net	654 971	672 233	2,6%	348 798	356 757	2,3%
Coût des marchandises	-416 003	-428 465	3,0%	-224 238	-223 390	-0,4%
Marge brute	238 967	243 769	2,0%	124 559	133 367	7,1%
<i>Marge brute en % du chiffre d'affaires</i>	36,5%	36,3%		35,7%	37,4%	
Marketing ¹	-34 420	-34 551	0,4%	-21 357	-21 225	-0,6%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	5,3%	5,1%		6,1%	5,9%	
Logistique et traitement des commandes	-150 497	-157 895	4,9%	-79 642	-83 222	4,5%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	23,0%	23,5%		22,8%	23,3%	
Frais généraux et administratifs	-50 802	-56 976	12,2%	-26 244	-28 320	7,9%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	7,8%	8,5%		-7,5%	7,9%	
Total des charges opérationnelles	-235 719	-249 422	5,8%	-127 243	-132 766	4,3%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	36,0%	37,1%	1,1pt	36,5%	37,2%	0,7pt
Résultat opérationnel courant	3 249	-5 653		-2 684	600	
Autres produits et charges opérationnels	-10 586	-681	-93,6%	-5 343	-1 596	-70,1%
Résultat opérationnel	-7 337	-6 334	13,7%	-8 027	-996	87,6%
Coût de l'endettement financier	-178	-224	25,8%	71	-131	
Autres produits et charges financiers	-408	-77	-81,1%	-498	-155	
Résultat avant impôt	-7 923	-6 636	16,3%	-8 454	-1 282	84,8%
Impôts sur les bénéfices	2 689	2 280	-15,2%	3 429	3 409	-0,6%
Résultat net	-5 234	-4 356	16,8%	-5 024	2 128	
EBITDA	13 063	5 120	-60,8%	2 166	5 893	172,1%
<i>EBITDA en % du chiffre d'affaires</i>	2,0%	0,8%	-1,2pt	0,6%	1,7%	1,1pt

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 PERFORMANCE¹

	2017	2018	%Croissance	S2-2017	S2-2018	%Croissance
INDICATEURS CLIENTELE						
Acheteurs cumulés (en milliers)	7 947	9 031	13,6%	7 947	9 031	13,6%
<i>France</i>	6 442	7 200	11,8%	6 442	7 200	11,8%
<i>International</i>	1 505	1 831	21,7%	1 505	1 831	21,7%
Acheteurs (en milliers)	3 555	3 481	-2,1%	2 539	2 499	-1,6%
<i>France</i>	2 817	2 783	-1,2%	2 061	2 021	-1,9%
<i>International</i>	738	698	-5,4%	479	478	-0,2%
Chiffre d'affaires par acheteur (€)	169,9	176,0	3,6%	123,7	130,3	5,3%
<i>France</i>	175,2	180,3	2,9%	125,1	132,4	5,8%
<i>International</i>	149,7	159,1	6,3%	118,0	121,6	3,1%
COMMANDES						
Nombre de commandes (en milliers)	15 687	15 085	-3,8%	8 556	8 084	-5,5%
<i>France</i>	12 921	12 232	-5,3%	7 035	6 596	-6,2%
<i>International</i>	2 766	2 854	3,2%	1 521	1 489	-2,2%
Nombre moyen de commandes par acheteur	4,4	4,3	-1,8%	3,4	3,2	-4,0%
<i>France</i>	4,6	4,4	-4,2%	3,4	3,3	-4,4%
<i>International</i>	3,7	4,1	9,1%	3,2	3,1	-1,9%
Taille du panier moyen (€)	38,5	40,6	5,5%	36,7	40,3	9,7%
<i>France</i>	38,2	41,0	7,4%	36,6	40,6	10,7%
<i>International</i>	40,0	38,9	-2,6%	37,1	39,0	5,1%

¹ Hors Beauteprivee

BILAN

(milliers €)	2017	2018
ACTIFS NON COURANTS		
Goodwill	123 685	123 685
Autres immobilisations incorporelles	49 789	53 271
Immobilisations corporelles	16 606	20 762
Autres actifs non-courants	6 906	6 813
Total des actifs non-courants	196 991	204 531
ACTIFS COURANTS		
Stocks et en-cours	92 945	99 061
Clients et comptes rattachés	53 001	32 005
Créances d'impôt	7 934	4 938
Autres actifs courants	45 434	37 325
Trésorerie et équivalents de trésorerie	50 878	80 409
Total des actifs courants	250 192	253 738
Total des actifs	447 183	458 270
PASSIFS		
Emprunts et dettes financières	28 830	19 503
Engagements envers le personnel	52	101
Autres provisions	5 368	545
Impôts différés	9 616	5 182
Total des passifs non-courants	43 866	25 333
Emprunts et concours bancaires (part à moins d'un an)	1 144	22 723
Fournisseurs et comptes rattachés	144 246	140 316
Autres passifs courants	61 184	46 647
Total des passifs courants	206 574	209 686
Total des passifs	250 440	235 019
Total des capitaux propres	196 743	223 250
Total des passifs et des capitaux propres	447 183	458 270

FLUX DE TRESORERIE

(milliers €)	2017	2018	S2-2017	S2-2018
Résultat net consolidé	-5 234	-4 355	-5 024	2 128
<i>Ajustements</i>	11 946	5 542	4 789	4 377
Capacité d'autofinancement après coût de l'endettement financier net et impôt	6 712	1 187	-235	6 505
<i>Élim, de la charge (produit) d'impôt</i>	-2 689	-2 280	-3 429	-3 409
<i>Élim, du coût de l'endettement financier net</i>	178	224	-71	131
<i>Incidence de la variation du besoin en fonds de roulement</i>	-37 627	5 533	25 124	21 202
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles avant impôt	-33 426	4 664	21 389	24 429
<i>Impôts payés</i>	-4 812	2 046	-3 594	1 011
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles	-38 238	6 710	17 795	25 440
Incidence des variations de périmètre	-8 331	0	0	0
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles	-12 474	-18 306	-6 688	-10 735
Variation des prêts et avances consentis	-32	84	21	118
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	43	292	1 052	2 612
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	-20 794	-17 930	-5 615	-8 005
Augmentation de capital	0	37 978		37 978
Cession (acquisition) nette d'actions propres	-1 641	-183	-1 641	-254
Capital émis, primes d'émissions et réserves	805	39	4	28
Émission d'emprunts	22 500	21 700	7 500	21 679
Remboursement d'emprunts	-8 569	-18 595	-8 066	-18 027
Intérêts financiers nets versés	-183	-202	66	-456
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	12 912	40 737	-2 137	40 948
Variation de la trésorerie	-46 126	29 527	10 043	58 388

RECONCILIATION DES VENTES INTERNET BRUTES AVEC LE CHIFFRE D'AFFAIRES INTERNET IFRS

<i>(milliers €)</i>	2017	2018
Total des ventes Internet brutes¹	873 600	906 729
Taxe sur la valeur ajoutée ²	-143 522	-142 575
Impacts de la reconnaissance du chiffre d'affaires ³	-105 743	-120 172
Chiffre d'affaires hors Internet et autre ⁴	30 635	28 252
Chiffre d'affaires (IFRS)	654 970	672 233

(1) Correspond au montant total facturé aux acheteurs au cours d'une période donnée,

(2) La taxe sur la valeur ajoutée est appliquée à chaque vente, le taux applicable de taxe sur la valeur ajoutée dépend du pays où l'acheteur est établi,

(3) Ajustements comptables aux fins de reconnaissance du chiffre d'affaires incluant : (i) les écarts temporels dus au fait que certains critères (e.g. livraison) doivent être remplis avant de reconnaître le chiffre d'affaires ; (ii) l'impact des remboursements accordés pour les annulations et les retours, qui sont reconnus comme une réduction du chiffre d'affaires ; et (iii) l'effet de la présentation de certaines ventes d'offres de voyage sur une base nette lorsque le Groupe agit en tant qu'agent,

(4) Le poste « chiffre d'affaires hors Internet et autres » correspond principalement au chiffre d'affaires généré par les ventes hors ligne aux grossistes, y compris les reventes hors ligne d'articles vendus en ligne et ayant fait l'objet d'un retour.