

RESULTATS S1 2018

RETOUR DE LA CROISSANCE PORTE PAR LES PREMIERS EFFETS DU PLAN « PERFORMANCE 2018-2020 »

La Plaine Saint Denis, le 26 juillet 2018 – Showroomprivé, acteur européen de premier plan de la vente en ligne spécialisé sur l'offre mode à destination de la *Digital Woman*, publie ses résultats du premier semestre 2018, clos au 30 juin.

- L'inflexion de tendance positive constatée au cours du premier semestre sur les marchés en France et à l'international témoigne de l'efficacité des ajustements réalisés
 - Retour de la croissance au deuxième trimestre 2018 : +8,1%
 - Croissance globale de plus de 3% sur le premier semestre
- Ces premiers signaux encourageants valident les choix structurels opérés, notamment :
 - Focus du Groupe sur ses deux piliers fondamentaux : les relations avec les marques et les membres
 - Amélioration de l'efficacité opérationnelle : renforcement de l'approche commerciale ; pilotage plus fin de l'activité ; investissements croissants dans la plateforme et les équipes IT
 - Approche marketing repensée autour de l'engagement des membres, la fidélisation et la préférence de marque
- La performance financière est nuancée sur le premier semestre avec une marge d'EBITDA de -0,2 % à -0,8 millions d'euros principalement impactée par :
 - la baisse de l'activité au premier trimestre, et davantage de sélectivité,
 - l'écoulement des reliquats de stocks constitués en 2017,
 - l'effet des investissements de croissance réalisés en 2017 et prévus dans le cadre du plan « Performance 2018-2020 »
- Les efforts mis en œuvre autour de la rationalisation de l'offre sont positivement perçus par les membres.
 - Progression continue de la satisfaction : NPS en hausse de 4 points sur le premier semestre
 - Nombres d'acheteurs et de commandes en hausse de plus de 5 % au deuxième trimestre
- Trois leviers d'action complémentaires pour développer la croissance à moyen terme :
 - Lancement effectif fin juin de SRP Media, la première régie media dédiée aux *Digital Women*
 - Dynamisation du partenariat omnicanal avec Carrefour, avec le lancement des 600 premiers points de retrait click-and-collect, et plusieurs campagnes marketing croisées et média déjà déployées
 - Progrès tangibles dans l'internalisation d'une partie de nos flux logistiques et l'ouverture du nouvel entrepôt mécanisé, ainsi que le développement de l'offre de *dropshipment* du Groupe (livraison directe fournisseur)

CHIFFRES CLES S1 2018

(millions €)	S1 2017	S1 2018	%Croissance
Chiffre d'affaires net	306,2	315,5	+3,0%
Chiffre d'affaires Internet total	297,6	307,0	+3,2%
EBITDA	10,9	-0,8	n.a.
EBITDA en % du chiffre d'affaires	3,6%	-0,2%	n.a.
Résultat net	-0,2	-6,5	n.a.

Commentant ces résultats, Thierry Petit et David Dayan, co-fondateurs et co-CEOs de Showroomprivé, ont déclaré : « Après un premier trimestre difficile marqué par un renforcement de l'exigence commerciale, le retour de la croissance que nous observons au deuxième trimestre 2018 est encourageant. Il confirme la pertinence des choix stratégiques de notre plan « Performance 2018-2020 ». Ceux-ci permettent de soutenir l'amélioration des résultats et préparent ainsi au mieux la fin d'année, une période charnière pour le Groupe. Nous restons focalisés sur l'exécution de notre plan stratégique qui nous permettra de tirer profit du plein potentiel du Groupe. »

FAITS MARQUANTS DU PREMIER SEMESTRE

Après un premier trimestre 2018 marqué par une baisse de l'activité, Showroomprivé connaît un retour de la croissance au deuxième trimestre porté notamment par les premiers effets du plan stratégique « Performance 2018 – 2020 ». Ces résultats tangibles valident les orientations structurelles décidées par le management du Groupe.

1. Amélioration de l'efficacité opérationnelle

- Renforcement de l'approche commerciale :
 - Renforcement des équipes dans plusieurs catégories de produits avec des embauches senior réalisées (PGC, sport, enfants)
 - Renforcement de la relation commerciale avec les marques stratégiques, en proposant une approche globale, ne se limitant pas à la vente de stocks excédentaires, mais intégrant également des solutions media et marketing
 - Accroissement et seniorisation des efforts sur la prospection commerciale
 - Rationalisation de l'offre avec une baisse du nombre de ventes de -16% au deuxième trimestre, et une augmentation du chiffre d'affaires par vente de près de 30%
 - Optimisation du planning commercial grâce à une meilleure coordination des équipes commerciales, marketing et opérationnelles, dont les French Days couronnées de succès avec plus de 40% de croissance par rapport à la même période l'année précédente sont le meilleur exemple
- Pilotage plus fin de l'activité :
 - Processus de validation renforcé pour toutes les opportunités de vente
 - Suivi plus étroit des stocks qui atteignent désormais 97M€ (versus 115M€ au 30 juin 2017), avec une meilleure maîtrise de la volumétrie d'achats fermes en baisse de plus de 30 % sur le semestre
 - Déploiement du programme « 100% Salesforce » pour booster l'efficacité commerciale
- Investissements croissants dans l'IT :
 - Tous les recrutements prévus au-cours du premier semestre ont été réalisés afin d'accélérer la mise en œuvre de notre feuille de route et gagner en efficacité et en évolutivité

2. Approche marketing repensée

- Ajustement de l'approche marketing avec la mise en place d'une nouvelle stratégie centrée autour de l'engagement des membres, la fidélisation et la préférence de marque
- Renforcement de nos capacités CRM et d'acquisition de trafic avec deux recrutements seniors réalisés
- Trafic et acheteurs cumulés en hausse de 4% et 7 % respectivement sur le semestre

- Remise à plat de l'ensemble des leviers d'acquisition tant sur les aspects techniques, que stratégiques et humains
- Nouvelle approche media avec une diversification des canaux de communication traditionnellement utilisés par le Groupe

3. Internalisation de nos outils logistiques et développement de l'offre de *dropshipment* du Groupe

- Progrès tangibles au cours du premier semestre avec :
 - La pré-sélection de 2 sites pour l'ouverture du nouvel entrepôt du Groupe
 - Le choix du fournisseur pour la technologie de mécanisation
 - La sécurisation du financement
- Ouverture confirmée d'ici la fin de 2019 avec l'objectif de livrer mieux, plus vite, et à moindre coût.
- Accélération des délais de livraison, notamment sur les flux conditionnels, avec le développement de l'offre de *dropshipment* du Groupe qui représente 6,5% des revenus sur les 6 premiers mois de l'année.

4. Développement de nouvelles sources de revenus et de marges pour le Groupe avec le déploiement de l'offre data et media à travers le lancement de SRP Media

- Plusieurs campagnes media et data déjà réalisées en 2018 avec des marques fortes
- Fort appétit des marques partenaires du Groupe pour toucher la *Digital Woman*
- *Digital native*, décisionnaire et amoureuse des marques, la *Digital Woman* est la cliente que les marques veulent toucher selon l'agence de conseil en innovation NellyRodi, référent mondial de la prospective appliquée aux industries et aux services

5. Dynamisation des relations opérationnelles engagées avec Carrefour

Les deux Groupes travaillent quotidiennement sur le déploiement des 4 axes de synergies identifiés que sont l'offre, la logistique, le marketing et la data.

- En matière de logistique, 600 points de *click-and-collect* ont déjà été déployés avec d'excellents résultats tant en termes de génération de trafic et d'achats que de satisfaction client, et un objectif de 2 800 points dans toute la France à la fin de cette année.
- Concernant le marketing, plusieurs campagnes croisées ont déjà été déployées, avec succès, auprès des clients des deux Groupes. Ces campagnes ont démontré la réceptivité et la grande complémentarité des bases clients des deux Groupes.
- Le succès des initiatives menées autour de la data et du média ont mis en avant l'engouement des clients Showroomprivé pour les marques propres du Groupe Carrefour, et la qualité des solutions médias offertes par Showroomprivé. En parallèle, les deux Groupes réfléchissent à des opérations communes autour de la data, dont la vision, l'organisation et l'architecture technique sont actuellement en-cours de définition.
- Le sourcing et les synergies de portefeuilles constituent un axe d'optimisation sur lequel les deux Groupes travaillent conjointement.

6. Performance financière nuancée sur le premier semestre avec un EBITDA en retrait, principalement impacté par l'écoulement des reliquats de stocks constitués en 2017 et le ralentissement de l'activité sur le premier trimestre:

- Marge d'EBITDA de -0,2 % au premier semestre 2018 à -0,8 millions d'euros.
- Le ralentissement de l'activité observé au premier trimestre, notamment du fait de davantage de sélectivité, a pesé sur la marge du Groupe.
- La marge brute a également été impactée par l'écoulement des reliquats de stocks constitués en 2017 à des conditions financières peu favorables.
- Enfin les investissements de croissance réalisés en 2017 et ceux prévus dans le cadre du plan « Performance 2018-2020 » se sont traduits par une augmentation de coûts centraux au premier semestre.

INITIATIVES POUR LE SECOND SEMESTRE

Le second semestre sera caractérisé par la poursuite du déploiement du plan « Performance 2018-2020 ».

1. Focus prioritaire sur le plan stratégique « Performance 2018 – 2020 »

Capitaliser et amplifier les signaux positifs à court-terme :

- Attention maintenue sur les piliers fondamentaux du Groupe : les membres et les marques
- Accroissement de l'efficacité opérationnelle
- Déploiement de la nouvelle approche marketing du Groupe

A moyen-terme :

- Mener à bien le projet d'ouverture du nouvel entrepôt mécanisé opéré par le Groupe
- Déployer de nouvelles sources de revenus et de marges à travers le développement de SRP Media
- Développer les synergies stratégiques et commerciales avec Carrefour

2. Anticiper et préparer un plan commercial et marketing ambitieux pour la fin d'année et notamment la période du Black Friday et de Noël

3. Maintenir une discipline stricte et améliorer la marge du Groupe à moyen terme

4. Poursuivre avec la même excellence opérationnelle et qualité de service

OBJECTIFS DU GROUPE POUR 2018 ET AU-DELA

Fort des premiers résultats positifs observés sur le deuxième trimestre issus des actions de fond menées activement ces derniers mois au sein de l'entreprise, le Groupe entend poursuivre le déploiement de son plan « Performance 2018-2020 » visant à améliorer son efficacité opérationnelle à court terme et développer ses nouvelles opportunités de croissance et de rentabilité à moyen terme. Au cours de cette période de transition, le Groupe a pour objectif de confirmer son retour à la croissance et améliorer progressivement ses marges.

COMMENTAIRES DÉTAILLÉS PAR TYPE D'INDICATEURS

Chiffres d'affaires

(millions €)	S1 2017	S1 2018	%Croissance
Chiffre d'affaires Internet			
France	243,5	253,4	+4,1%
International	54,1	53,6	-0,9%
Chiffre d'affaires Internet Total	297,6	307,0	+3,2%
Autres revenus	8,6	8,5	-1,9%
Chiffre d'affaires net	306,2	315,5	+3,0%
<hr/>			
(millions €)	T2 2017	T2 2018	%Croissance
Chiffre d'affaires net	152,4	164,7	+8,1%

Après un premier trimestre difficile et une baisse de l'activité de 2%, le deuxième trimestre connaît un net rebond à près de 165 millions d'euros avec une croissance de plus de 8%, tirée tant par la France que par l'International.

Au total sur le semestre, le chiffre d'affaires du Groupe croît de 3% (+0,2% en organique) à plus de 315 millions d'euros.

Les ventes internet en France ont cru de plus de 4% pour atteindre 253 millions d'euros, avec une contribution significative du retour à la croissance matérialisé au second trimestre.

Après une forte croissance en 2017 (+34% en organique), et malgré une performance positive au deuxième trimestre ayant permis de compenser les conditions difficiles des premiers mois de l'année, les ventes internet à l'international sont en léger retrait sur le semestre (-0,9%).

Indicateurs clés de performance

(en millions)	S1 2017	S1 2018	%Croissance
Acheteurs sur le semestre (en millions)	2,3	2,3	+0,1%
Nombre de commandes (en millions)	7,1	7,0	-1,8%
Chiffre d'affaires par acheteur	128,0	126,7	-1,0%
<i>Nombre moyen de commandes par acheteur</i>	3,1	3,1	-1,9%
<i>Taille du panier moyen</i>	40,6	41,0	+0,9%
Part du mobile dans le CA	62%	67%	+5pts
<hr/>			
	31/12/2017	31/12/2018	%Croissance
Acheteurs cumulés (en millions)	7,9	8,5	6,6%
<hr/>			
	T2 2017	T2 2018	%Croissance
Acheteurs sur le trimestre (en millions)	1,5	1,5	+5,2%
Nombre de commandes (en millions)	3,5	3,6	+5,4%
Chiffre d'affaires par acheteur	97,3	97,8	+0,5%
<i>Nombre moyen de commandes par acheteur</i>	2,4	2,4	+0,2%
<i>Taille du panier moyen</i>	40,9	41,0	0,3%
Part du mobile dans le CA	62%	68%	+6pts

Tous les KPIs excluent *Beauteprivee*

Les indicateurs de performance du Groupe ont été impactés par la baisse de l'activité au premier trimestre, suivie d'une inflexion de tendance au deuxième trimestre grâce aux premiers effets du plan « Performance 2018-2020 » qui permettent une amélioration sur l'ensemble des indicateurs.

Sur le premier semestre, le nombre d'acheteurs cumulés continue de progresser (en hausse de 6,6%), avec le recrutement de plus de 500 000 nouveaux acheteurs sur la période.

Le nombre d'acheteurs atteint 2,3 millions, en légère hausse (+0,1%) par rapport à la même période l'an passé.

Le chiffre d'affaires moyen par acheteur est en légère baisse par rapport à la même période en 2017 à 127€ (-1,0%). Cela s'explique par la baisse du nombre de commandes par acheteur (-1,9%) en partie compensée par la hausse du panier moyen de 0,9% par rapport au S1 2017 qui s'établit à 41,0€.

Les indicateurs sont en progression sur le deuxième trimestre avec notamment des acheteurs et des commandes en hausse de plus de 5%, et un chiffre d'affaires par acheteur en hausse de 0.5%.

Le mobile a continué de bien soutenir l'activité avec une contribution qui continue de progresser à 67% du chiffre d'affaires net, soit 5 points de plus que l'an passé.

EBITDA

<i>(millions €)</i>	S1 2017	S1 2018	%Croissance
France	17,1	3,7	-78,5%
<i>EBITDA France en % du CA</i>	6,8%	1,4%	
International	-6,2	-4,4	n.a.
<i>EBITDA International en % du CA</i>	-11,4%	-8,3%	
EBITDA Total	10,9	-0,8	n.a.
<i>EBITDA Total en % du CA</i>	3,6%	-0,2%	

L'EBITDA du groupe sur le premier semestre ressort à -0,8 millions d'euros.

L'EBITDA a été principalement impacté par :

- la baisse de l'activité au premier trimestre,
- le recul de la marge brute en raison de l'écoulement des reliquats d'achats fermes réalisés en 2017 à des conditions commerciales peu favorables,
- l'effet des investissements de croissance réalisés en 2017 (renforcement des équipes à l'international et création de l'équipe SRP Media),
- les renforcements prévus et réalisés au premier semestre dans le cadre du plan « Performance 2018-2020 » avec des recrutements notamment en IT, et au niveau des équipes commerciales,

La rentabilité en France a atteint 1,4% au premier semestre 2018.

Les activités à l'international ressortent en pertes de 4,4 millions d'euros, une amélioration de près de 2 millions d'euros par rapport à la même période l'année dernière, à laquelle Saldi Privati a nettement contribué en réduisant ses pertes de moitié sur les six premiers mois de l'année.

Structure de coûts

(millions €)	S1 2017	S1 2018	%Croissance
Chiffre d'affaires net	306,2	315,5	+3,0%
Coût des ventes	-191,8	-205,1	+6,9%
Marge brute	114,4	110,4	-3,5%
<i>Marge brute en % du CA</i>	37,4%	35,0%	
Marketing	-12,3	-12,8	+3,6%
<i>en % du CA</i>	4,0%	4,0%	
Logistique et traitement des commandes	-70,9	-74,7	+5,4%
<i>En % du CA</i>	23,1%	23,7%	
Frais généraux et administratifs	-24,6	-28,7	+16,7%
<i>En % du CA</i>	8,0%	9,1%	
Total des charges opérationnelles courantes	-107,7	-116,1	+7,8%
<i>En % du CA</i>	35,2%	36,8%	
Résultat opérationnel courant¹	6,7	-5,7	<i>n.a.</i>

¹ Hors Amortissement des actifs incorporels reconnus lors d'un regroupement d'entreprises

La marge brute s'est élevée à 110,4 millions d'euros (-3,5%) et représente 35,0% du chiffre d'affaires, en baisse de 0,7 point par rapport au S2 2017, et de 2,4 points par rapport au S1 2017.

- L'écoulement des reliquats d'achats fermes réalisés en 2017 dans des volumes importants et à des conditions commerciales moins favorables a impacté négativement la marge brute au premier semestre.

Les coûts d'exploitation passent de 35,2% à 36,8% du chiffre d'affaires principalement impactés par :

- Les dépenses marketing qui augmentent de 3,6% sur le premier semestre à 12,8 millions d'euros et restent stables par rapport à l'année précédente à 4.0% du chiffre d'affaires.
- Les dépenses logistiques et de traitement des commandes sont en hausse de 5,4% et ont accompagné la croissance du groupe au premier semestre. Elles représentent 23,7% du chiffre d'affaires contre 23,1% l'année dernière. Hors impact de Saldi Privati, dont le contrat logistique sera résilié en fin d'année en raison de conditions financières défavorables, les dépenses logistiques sont stables à 23,2% du chiffre d'affaires.
- Enfin, les frais généraux et administratifs ont augmenté de 4,1 millions d'euros, mais de seulement 1,8 millions d'euros sur le premier semestre 2018, la différence correspondant à l'effet des investissements de croissance réalisés en 2017 (renforcement des équipes internationales et création d'une équipe SRP Media) et à l'augmentation des D&A (+0,7 million d'euros). L'augmentation de 1,8 millions d'euros en 2018 provient des recrutements effectués dans le cadre du plan « Performance 2018-2020 » et de l'effet année pleine des recrutements 2017.

Autres éléments financiers

(millions €)	S1 2017	S1 2018	%Croissance
Résultat opérationnel courant¹	6,7	-5,7	n.a.
Amortissement des actifs incorporels reconnus lors d'un reGroupement d'entreprises	-0,8	-0,6	-25%
Autres produits et charges opérationnels	-5,2	0,9	n.a.
Résultat opérationnel	0,7	-5,3	n.a.
Coût de l'endettement financier	-0,2	-0,1	-63%
Autres produits et charges financiers	0,1	0,1	-13%
Résultat avant impôt	0,5	-5,4	n.a.
Impôts sur les bénéfices	-0,7	-1,1	53%
Résultat net	-0,2	-6,5	n.a.

¹ Hors Amortissement des actifs incorporels reconnus lors d'un regroupement d'entreprises

Les autres produits et charges opérationnels (0,9 millions d'euros) se répartissent ainsi :

- 5,4 millions d'euros de produit associé à un accord global formalisé 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 honoreux pour 4,9 millions d'euros, et le paiement d'une indemnité de débouclage de 2 millions d'euros
- 2,6 millions d'euros de frais non récurrents liés principalement à des coûts de réorganisation interne et à des honoraires de conseils
- 1,7 millions d'euros de charges liées à l'attribution d'actions gratuites essentiellement au moment de l'introduction en bourse du groupe fin 2015.

La charge d'imposition du groupe a augmenté de 53% pour atteindre 1,1 millions d'euros.

En conséquence, le résultat net du groupe ressort à -6,5 millions d'euros.

Eléments de trésorerie

(millions €)	S1 2016	S1 2017	S1 2018
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles	-13,5	-56,0	-13,5
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	-3,6	-15,2	-14,5
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	0,3	15,0	-0,5
Variation nette de la trésorerie	-16,8	-56,2	-28,5

La variation nette de la trésorerie sur le S1 2018 ressort à -28,5 millions d'euros en raison :

- De flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles structurellement négatifs sur le premier semestre de chaque exercice (et compensés totalement ou partiellement au second semestre) du fait du caractère cyclique de l'activité du groupe ;
- De la baisse de la profitabilité enregistrée sur le semestre (-12 millions d'euros vs. S1 2017) ;
- Du paiement d'un complément de prix dans le cadre de l'acquisition de Beautepriivee pour 2 millions d'euros ;
- De frais d'honoraires et de conseils à hauteur de 1 million d'euros

Retraitée de ces deux derniers éléments, elle atteint -25,5 millions d'euros, contre une variation de -14 millions d'euros l'année dernière à la même période (après retraitement de l'augmentation exceptionnelle de 42 millions d'euros des achats fermes réalisés en 2017). La différence résiduelle, s'explique par la baisse de la profitabilité enregistré sur le semestre.

Les flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles s'élèvent à -13,5 millions d'euros, un niveau proche des flux de l'année précédentes retraités des 42 millions d'euros d'achats fermes additionnels réalisés cette année là.

Les flux de trésorie liés aux activités d'investissement s'élèvent à -14,5 millions d'euros. Hors impact de 2 millions d'euros associé au paiement du complément de prix pour l'acquisition de Beautepriivee, ils s'élèvent à -12,5 millions d'euros.

Sans activité matérielle de financement au-cours du semestre, les flux de trésorerie liés aux activités de financement sont proche de 0 (-0,5 millions d'euros).

*
* *

Le conseil d'administration de SRP Groupe, qui s'est tenu le 26 juillet 2018, a examiné et arrêté les comptes consolidés condensés semestriels au 30 juin 2018. Les comptes consolidés semestriels ont fait l'objet de la revue limitée usuelle de la part des commissaires aux comptes ; leur rapport relatif à la certification est en cours d'émission

Conférence analystes & investisseurs (en français et en anglais)**Intervenants :**

Thierry Petit, Président-Directeur général
David Dayan, Directeur général délégué
Thomas Kienzi, Directeur financier

Date : 26 juillet 2018

18h30 heure de Paris – 17h30 heure de Londres – 12h30 heure de New York

Les journalistes peuvent seulement écouter la conférence.

Lien webcast (en anglais), valable pour le direct et pour le replay :

https://pgi.webcasts.com/starthere.jsp?ei=1201427&tp_key=1e83c5719b

Numéros à composer pour suivre la conférence EN DIRECT**En français**

France : +33 (0)1 76 77 28 19

Royaume Uni : +44 (0)330 336 9407

Code d'accès : 2303025

En anglais (traduction simultanée de la conférence en français)

France : +33 (0)1 76 77 22 57

Royaume Uni : +44 (0)330 336 9411

Code d'accès : 3399031

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

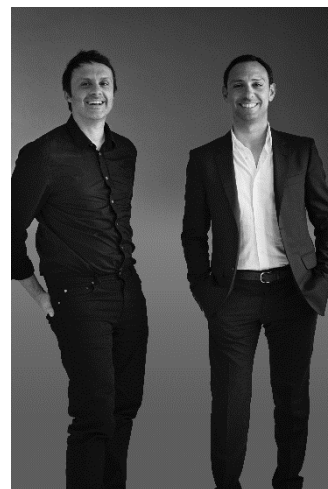
Résultats du 3^{ème} trimestre 2018 : Octobre 2018

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 2017 un volume d'affaires brut TTC de plus de 900 millions d'euros, et un chiffre d'affaires net de 655 millions d'euros, en croissance de 21% 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	S1-17	S1-18	%Croissance
Chiffre d'affaires net	654 971	306 173	315 477	3,0%
Coût des marchandises	-416 003	-191 765	-205 075	6,9%
Marge brute	238 967	114 408	110 402	-3,5%
<i>Marge brute en % du chiffre d'affaires</i>	36,5%	37,4%	35,0%	
Marketing	-33 048	-12 310	-12 759	3,6%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	5,0%	4,0%	4,0%	
Logistique et traitement des commandes	-150 497	-70 855	-74 673	5,4%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	23,0%	23,1%	23,7%	
Frais généraux et administratifs	-50 802	-24 558	-28 657	16,7%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	7,8%	8,0%	9,1%	
Amortissement des actifs incorporels reconnus lors d'un reGroupement d'entreprises	-1 372	-753	-567	-24,7%
Total des charges opérationnelles	-235 719	-108 476	-116 656	7,8%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	36,0%	35,4%	37,0%	
Résultat opérationnel courant	3 249	5 932	-6 254	n.a.
Autres produits et charges opérationnels	-10 586	-5 243	915	n.a.
Résultat opérationnel	-7 337	689	-5 339	n.a.
Coût de l'endettement financier	-178	-249	-93	-62,6%
Autres produits et charges financiers	-408	90	78	-13,4%
Résultat avant impôt	-7 923	530	-5 354	n.a.
Impôts sur les bénéfices	2 689	-740	-1 129	52,6%
Résultat net	-5 234	-210	-6 483	n.a.
EBITDA	13 063	10 897	-773	n.a.
<i>EBITDA en % du chiffre d'affaires</i>	2,0%	3,6%	-0,2%	

INDICATEURS DE PERFORMANCE¹

	2016	2017	%Croissance	S1-17	S1-18	%Croissance
INDICATEURS CLIENTELE						
Acheteurs cumulés (en milliers)	6 757	7 947	18,1%	7 256	8 474	16,8%
<i>France</i>	5 562	6 442	15,8%	5 950	6 793	14,2%
<i>International</i>	1 195	1 505	25,9%	1 306	1 682	28,7%
Acheteurs sur l'année (en milliers)	3 234	3 555	9,9%	2 264	2 266	0,1%
<i>France</i>	2 767	2 817	1,8%	1 815	1 823	0,4%
<i>International</i>	466	738	58,4%	450	443	-1,4%
Chiffre d'affaires par acheteur (€)	159,9	169,9	6,3%	128,0	126,7	-1,0%
<i>France</i>	164,0	175,2	6,8%	129,9	128,4	-1,1%
<i>International</i>	135,7	149,7	10,3%	120,3	119,5	0,7%
COMMANDES						
Nombre de commandes (en milliers)	13 605	15 687	15,3%	7 131	7,001	-1,8%
<i>France</i>	11 945	12 921	8,2%	5 887	5,636	-4,3%
<i>International</i>	1 660	2 766	66,6%	1 244	1,365	9,7%
Nombre moyen de commandes par acheteur	4,2	4,4	4,9%	3,1	3,1	-1,9%
<i>France</i>	4,3	4,6	6,3%	3,2	3,1	-4,7%
<i>International</i>	3,6	3,7	5,2%	2,8	3,1	11,2%
Taille du panier moyen (€)	38,0	38,5	1,3%	40,6	41,0	0,9%
<i>France</i>	38,0	38,2	0,5%	40,0	41,5	3,7%
<i>International</i>	38,1	40,0	4,8%	43,5	38,8	-10,7%

¹ Hors Beauteprivee et Saldi Privati en 2016

BILAN

(milliers €)	2016	2017	S1-17	S1-18
ACTIFS NON COURANTS				
Goodwill	102 782	123 685	119,080	123 685
Autres immobilisations incorporelles	39 289	49 789	48,472	51 558
Immobilisations corporelles	15 626	16 606	15,558	16 899
Autres actifs non-courants	6 902	6 906	6,978	4 529
Total des actifs non-courants	164 599	196 971	190,088	196 671
ACTIFS COURANTS				
Stocks et en-cours	82 638	92 945	114,555	96 871
Clients et comptes rattachés	36 612	53 001	34,839	50 788
Créances d'impôt	3 519	7 934	4,764	5 575
Autres actifs courants	36 915	45 434	24,220	33 258
Trésorerie et équivalents de trésorerie	97 004	50 878	40,841	22 017
Total des actifs courants	256 688	250 192	219,219	208 509
Total des actifs	421 287	447 183	409,307	405 180
Emprunts et dettes financières	2 038	28 830	26,767	29 817
Engagements envers le personnel	88	52	88	52
Autres provisions		5 368		
Impôts différés	11 628	9 616	14,033	9 704
Total des passifs non-courants	13 754	43 866	40,888	39 590
Emprunts et concours bancaires (part à moins d'un an)	966	1 144	1,050	1 457
Fournisseurs et comptes rattachés	148 504	144 246	103,359	130 972
Autres passifs courants	55 509	61 184	60,016	42 969
Total des passifs courants	204 979	206 574	164,425	175 398
Total des passifs	218 733	250 440	205,313	214 988
Total des capitaux propres	202 554	196 743	203,994	190 192
Total des passifs et des capitaux propres	421 287	447 183	409,307	405 180

FLUX DE TRESORERIE

(milliers €)	2016	2017	S1-17	S1-18
Résultat net consolidé	-250	-5 234	-210	-6 483
<i>Ajustements</i>	18 228	11 946	7,157	1 165
Capacité d'autofinancement après coût de l'endettement financier net et impôt	17 978	6 712	6,947	-5 318
<i>Élim, de la charge (produit) d'impôt</i>	2 741	-2 689	740	1 129
<i>Élim, du coût de l'endettement financier net</i>	690	178	249	93
<i>Incidence de la variation du besoin en fonds de roulement</i>	13 608	-37 627	-62,751	-15 743
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles avant impôt	35 017	-33 426	-54,815	-14 521
<i>Impôts payés</i>	-2 261	-4 812	-1,218	1 035
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles	32 756	-38 238	-56,033	-13 486
Impact of changes in perimeter	-31 751	-8 331	-8,331	-4 582
Acquisition d'actifs financiers				-4 582
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles	-8 400	-12 474	-5,786	-7 571
Variation des prêts et avances consentis	-97	-32	-45	-34
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	368	43	-1,017	-2 320
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	-39 880	-20 794	-15,179	-14 507
Transactions sur actions propres		-1 641		71
Capital émis, primes d'émissions et réserves	2 737	805	801	11
Émission d'emprunts	0	22 500	15,000	21
Remboursement d'emprunts	-901	-8 569	-503	-568
Intérêts financiers nets versés	-690	-183	-249	-64
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	1 146	12 912	15,049	-529