

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1^{ER} TRIMESTRE 2025

Activité impactée sur la période par la transformation en cours du groupe et une volatilité marquée de la conjoncture

- Dans un environnement économique global chahuté, Showroomprivé enregistre un recul de son volume d'affaires d'environ -14% et un repli de son chiffre d'affaires d'environ -17% au 1^{er} trimestre 2025
- L'activité cœur de vente événementielle a été impactée par le transfert en cours des flux logistiques vers le nouveau site situé en région parisienne et une offre raréfiée sur le pôle Mode pour lequel un travail de redynamisation est en cours
- Les relais de croissance restent bien orientés mais sont freinés par la conjoncture. The Bradery enregistre une croissance de +17% de son chiffre d'affaires sur la période
- SRP Services continue de démontrer sa pertinence et enregistre des performances solides, portées par la reprise du Retail Media
- Le groupe a initié une revue stratégique de ses activités afin de continuer à adapter son modèle à l'évolution des attentes des clients et à la nouvelle donne concurrentielle
- Report de la mise à disposition du document d'enregistrement universel afin de finaliser les procédures d'audit et ainsi réarrêter les comptes 2024, les annexes devant être modifiées.

La Plaine Saint Denis, France, le 30 avril 2025 – Showroomprivé (SRP Groupe), groupe européen spécialisé dans la vente événementielle, publie son chiffre d'affaires pour le 1^{er} trimestre de son exercice 2025.

(millions €)	T1 2024	T1 2025	Variation 25/24 en %
Volume d'affaires (GMV)¹	247,3	211,9	-14,3%
Chiffre d'affaires Internet			
France	119,1	99,2	-16,7%
International	31,3	26,3	-16,0%
Chiffre d'affaires Internet Total	150,4	125,5	-16,5%
Autres revenus	2,2	2,0	-11,0%
Chiffre d'affaires net	152,6	127,5	-16,5%

L'ACTIVITÉ DE VENTES EVENEMENTIELLES SOUS PRESSION AU 1^{ER} TRIMESTRE 2025

Showroomprivé a réalisé au 1^{er} trimestre de son exercice 2025 un volume d'affaires (GMV) de 211,9 M€, en repli de -14,3%, en comparaison du 1^{er} trimestre 2024. Le chiffre d'affaires ressort lui aussi en baisse de -16,5% à 127,5 M€ dans un contexte de morosité persistante du marché, avec un secteur des ventes événementielles qui reste chahuté selon Foxintelligence. Le métier historique a également pâti d'une offre raréfiée sur le pôle Mode pour lequel un travail de renforcement de l'organisation commerciale est en cours. Par ailleurs, des ajustements nécessaires au démarrage de l'entrepôt logistique sur le mois de janvier renforce cette contraction avec un effet de -3,1pts.

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

La Marketplace poursuit sa dynamique de croissance, capitalisant sur son bon positionnement dans un marché où le pouvoir d'achat reste contraint, et portée par une stratégie volontariste. Cette dernière s'est matérialisée par une nouvelle barre de recherche offrant une meilleure visibilité et le transfert de marques en provenance de l'activité cœur, permettant ainsi aux ventes de la Marketplace de progresser ainsi d'environ 36%. Cette politique, accompagnée par un développement du dropshipping, se poursuivra au cours de prochains mois, avec un impact dilutif sur le niveau de chiffre d'affaires en raison d'une moindre comptabilisation des ventes sur la Marketplace selon les normes IFRS, mais devrait être relatif pour les marges. SRP Services renoue également avec la croissance sous l'effet d'un rebond du retail media, dynamisé par l'arrivée d'une nouvelle directrice au dernier trimestre 2024. Les autres pôles devraient également bénéficier du renouvellement managérial engagé au cours des derniers mois. Quant à Beauté Privée, une nouvelle Directrice Générale, Alexia Marland a été nommée le 25 mars 2025, avec pour mission de donner un nouvel élan commercial et d'améliorer l'expérience de ses cinq millions de membres actifs.

Les autres relais de croissance, mieux orientés que le métier historique de ventes événementielles en France, ont néanmoins été freinés par la conjoncture. The Bradery affiche une croissance toujours soutenue de +17%. L'activité à l'International, qui affiche un chiffre d'affaires en baisse de -16%, a souffert d'un effet de base plus exigeant et d'un ralentissement de la progression du commerce en ligne dans les pays où le Groupe est implanté. Après plusieurs trimestres de croissance significative, le segment Voyages & Loisir voit ses ventes reculer de -10% au 1^{er} trimestre, impacté par la décroissance du segment Mode qui est historiquement le moteur de l'audience.

David Dayan, Président-directeur Général de Showroomprivé, commente : « Dans un contexte économique particulièrement volatil et incertain pour le secteur des ventes événementielles, et plus globalement pour le secteur de la consommation, la contraction de notre volume d'affaires ce trimestre, sous le double effet de la conjoncture et de la raréfaction des offres, nous conforte dans notre conviction d'adapter notre modèle. Dans la continuité du plan ACE, qui a déjà apporté de premiers résultats notamment la maîtrise de nos coûts ou le redressement de la régie media, nous avons initié une revue stratégique afin de faire évoluer notre positionnement et d'identifier de nouvelles sources de création de valeur avec pour objectif de :

- Renouveler et resserrer nos offres avec une articulation fine et optimisée entre le métier historique et la Marketplace ;
- Accroître le trafic sur la plateforme avec une offre permanente de qualité et une expérience enrichie ;
- Accentuer le travail de refonte de l'offre tout en préservant notre ADN de prix bas ;
- Développer nos moteurs de croissance (Marketplace, Travel et SRP Media).

Nous sommes déterminés à réussir le déploiement de ces mesures pour renouer avec la croissance rentable au service d'une ambition claire : pivoter avec agilité pour mieux répondre aux attentes de nos clients et aux mutations du marché. »

Indicateurs clés opérationnels

	T1 2024	T1 2025	Variation 25/24 en %
Nouveaux acheteurs * (en millions)	0,24	0,21	-12,0%
Acheteurs** (en milliers)	237	210	-12,0%
dont acheteurs fidèles***	1,5	1,3	-13,1%
En % du nombre d'acheteurs total	84%	84%	-
Nombre de commandes (en millions)	2,9	2,3	-23,3%
GMV par acheteur (IFRS)	170,2	167,9	-1,4%
Nombre moyen de commandes par acheteur	2,0	1,8	-11,7%
Taille du panier moyen	84,2	94,0	11,7%

* L'ensemble des acheteurs ayant effectué au moins un achat sur les plateformes du Groupe depuis son lancement

** Membre ayant effectué au moins une commande au cours de l'année

*** Membre ayant effectué au moins une commande au cours de l'année et au moins une commande lors des années précédentes

Dans un contexte trimestriel défavorable à la conquête commerciale, Showroomprivé continue pourtant d'attirer de nouveaux acheteurs avec plus de 210 000 primo-acheteurs sur le trimestre. Le taux d'acheteurs fidèles reste stable

à 84% malgré une légère baisse en nombre à 1,3 million. Les commandes fléchissent de 23,3% mais cette évolution est partiellement compensée par une augmentation significative du panier moyen (+11,7%).

EXERCICE DE LA PROMESSE D'ACHAT SUR UNE PARTIE DU SOLDE DU CAPITAL DE THE BRADERY

Pour mémoire, en mai 2022, Showroomprivé avait acquis une participation majoritaire de 51% dans The Bradery et s'était engagé à racheter la quote-part résiduelle du capital social auprès des fondateurs de The Bradery (puts exerçables respectivement à compter de 2025 et de 2026). Timothée Lynier et Edouard Caraco, les deux co-fondateurs de The Bradery, ont décidé d'exercer leur option de vente sur une partie de leur participation dans la société, à savoir 22,3% des titres The Bradery restant encore non détenus par Showroomprivé. Le prix auquel s'effectuera la transaction sera déterminé en fonction de l'atteinte de certaines performances opérationnelles en 2024 et en 2025. Les deux managers resteront engagés au sein de The Bradery et conserveront leurs responsabilités opérationnelles actuelles. En parallèle, Stephan Ploujoux, est venu renforcer la direction de The Bradery en tant que Directeur General au 4^{ème} trimestre 2024 avec pour mission d'approfondir et de pérenniser son très fort développement.

REPORT DE LA PUBLICATION DU DOCUMENT D'ENREGISTREMENT UNIVERSEL 2024 (CONTENANT LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL 2024)

Comme annoncé dans son communiqué de presse du 13 mars 2025, le Conseil d'administration de SRP Groupe a arrêté, lors de sa réunion du 13 mars 2025, les comptes consolidés 2024 (exercice clos le 31 décembre 2024).

Toutefois, en raison des événements récents mentionnés ci-dessus (notamment le recul du volume d'affaires au premier trimestre 2025 et l'exercice de la promesse d'achat sur une partie du solde du capital The Bradery), le Groupe a estimé nécessaire de modifier les annexes des comptes 2024 pour apprécier les conséquences de ces événements. Les procédures d'audit étant toujours en cours, le Conseil d'administration de SRP Groupe se réunira ultérieurement afin de réarrêter les comptes une fois ces procédures terminées.

Par conséquent, le Groupe se voit dans l'obligation de reporter la publication de son document d'enregistrement universel (DEU) 2024 (contenant le rapport financier annuel 2024), initialement prévue ce jour. Le DEU 2024 sera publié sur le site internet de la société et sur le site de l'AMF d'ici fin mai 2025.

PERSPECTIVES 2025

Après un début d'année moins dynamique qu'attendu, le Groupe n'a pas constaté de rebond au début du 2^{ème} trimestre et la visibilité reste réduite sur l'ensemble de l'exercice. En conséquence, Showroomprivé va poursuivre la mise en œuvre du plan ACE et capitaliser sur la rationalisation logistique effectuée qui devrait générer 5 millions d'euros d'économies dès 2025. Les équipes resteront également particulièrement vigilantes sur le contrôle de la structure de coût et l'évolution des stocks. En parallèle, le management a entamé une revue stratégique des activités du groupe, guidé par le souci permanent d'adapter son offre et son modèle à un environnement en mutation et de répondre aux attentes nouvelles des clients.

PROCHAINES INFORMATIONS

Publication du document universel de référence : d'ici fin mai 2025

Assemblée Générale Mixte Annuelle 2024 : 25 juin 2025

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 2024 un volume d'affaires brut TTC² de près de 1 milliard d'euros, et un chiffre d'affaires net de 650 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@showroomprive.net

Anthony Alfont
Relations.presse@showroomprive.net

NewCap

Communication financière
Théo Martin, Louis-Victor Delouvrier

Relations médias financiers
Gaelle Fromageat, Nicolas Merigeau
showroomprive@newcap.eu

⁴ Le volume d'affaires («GMV») représente, toutes taxes comprises, le montant total de la transaction facturée et inclut donc les ventes Internet brutes, y compris les ventes sur la Marketplace, les autres services et autres revenus