

CHIFFRE D'AFFAIRES DES NEUF PREMIERS MOIS ET DU 3^{ÈME} TRIMESTRE DE L'EXERCICE 2026

- **Retour à la croissance du chiffre d'affaires au T3 2026 (+0,7%), une première depuis 14 trimestres, sur le périmètre du Groupe retraité sans The Bradery**
- **Poursuite de l'amélioration progressive de l'activité : recul de la GMV limité à -3,3% au T3, contre -5,2% au premier semestre**
- **Bonne dynamique de l'activité internationale (+10,7% au T3) et poursuite de la croissance de la Mode (+6%)**
- **Une transformation opérationnelle qui se poursuit dans un environnement de consommation toujours contraint, avec des performances contrastées selon les activités**

La Plaine Saint Denis, France, le 22 octobre 2026, 18h00 CEST – Showroomprivé (SRP Groupe), groupe européen spécialisé dans la vente événementielle publie son chiffre d'affaires pour les neuf premiers mois de son exercice 2026 et son 3^{ème} trimestre clos le 30 septembre 2026.

David Dayan, Président-Directeur Général de Showroomprivé, déclare : « *Le troisième trimestre 2026 marque une étape encourageante dans le redressement de Showroomprivé, avec un retour à la croissance du chiffre d'affaires pour la première fois depuis plus de trois ans, sur le périmètre du Groupe retraité sans The Bradery.*

Cette évolution reflète l'amélioration de notre dynamique commerciale, notamment dans la Mode et à l'international, ainsi que les premiers effets des actions de transformation engagées ces derniers mois.

Nous restons néanmoins pleinement conscients des difficultés rencontrées dans certaines de nos activités historiques, notamment la Maison et la Beauté, sur lesquelles nous avons engagé des transformations profondes.

Notre priorité reste constante : renforcer la qualité et l'attractivité de nos offres, améliorer l'expérience de nos clients, retrouver une dynamique commerciale durable et accélérer l'amélioration de notre efficacité opérationnelle.

Nous avons fait évoluer notre organisation, renforcé nos équipes de direction et engagé des actions structurantes pour construire un Groupe plus agile, plus performant et plus compétitif.

Notre ambition est de transformer ces premiers signes d'amélioration en un redressement durable, au service de nos clients, de nos marques partenaires et de l'ensemble de nos actionnaires. »

ACTIVITÉ¹

Détails du chiffre d'affaires

(millions €)	9 mois 2025	9 mois 2026	Var 26/25 en %	T3 2025	T3 2026	Var 26/25 en %
	Retraité sans The Bradery	Sans The Bradery	Sans The Bradery	Retraité sans The Bradery	Sans The Bradery	Sans The Bradery
Volume d'affaires (GMV)	555,5	529,3	-4,7%	168,3	162,9	-3,3%
CA Internet France	248,4	225,9	-9,1%	72,6	72,2	-0,6%
CA Internet International	84,8	90,7	7,0%	26,4	29,3	10,7%
Chiffre d'affaires Internet Total	333,2	316,6	-5,0%	99,0	101,5	2,4%
Autres revenus	8,7	4,2	-51,7%	3,0	1,2	-57,9%
Chiffre d'affaires net	342,0	320,8	-6,2%	102,0	102,7	0,7%

Showroomprivé a réalisé sur les neuf premiers mois de son exercice 2026 un volume d'affaires (GMV) de 529,3 M€, en repli de -4,7%, en comparaison de la période correspondante de 2025. Le chiffre d'affaires est également en recul de -6,2% par rapport à celui cumulé au 30 septembre 2025.

Parmi les acteurs des sites événementiels, Showroomprivé établit sa part de marché² à 15,5% au 3^e trimestre 2026, un niveau identique à celui du T3 2025, dans un marché des ventes événementielles qui continue d'être animé par deux mouvements : le développement des nouvelles plateformes low-cost et les acteurs de la seconde-main, ainsi que les consommateurs qui sont contraints de prioriser leurs dépenses.

Sur le seul 3^{ème} trimestre 2026, le volume d'affaires s'élève à 162,9 M€, en diminution limitée à -3,3% en comparaison du 3^{ème} trimestre 2025 ; le chiffre d'affaires à 102,7 M€, soit une croissance de +0,7%, une première depuis 14 trimestres sur le périmètre du Groupe retraité sans The Bradery.

Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2026, l'activité de Showroomprivé témoigne d'une amélioration progressive de sa dynamique commerciale, malgré un environnement de consommation toujours délicat. Après un premier semestre en retrait, le troisième trimestre marque une inflexion positive avec un retour à la croissance du chiffre d'affaires (+0,7%) et un recul de la GMV limité à seulement -3,3%, contre -5,2% au premier semestre. Cette évolution est notamment soutenue par la bonne performance de l'activité internationale (+10,7% au T3) et le rebond de la Mode (+6%), tandis que les pôles Maison et Beauté continuent de peser sur l'activité. Sur neuf mois, la GMV s'établit ainsi à 529,3 M€ (-4,7%) et le chiffre d'affaires net à 320,8 M€ (-6,2%), illustrant une trajectoire d'amélioration qui reste à consolider.

Sur les métiers historiques, le Groupe a globalement constaté des évolutions contrastées de la GMV au cours du troisième trimestre :

- **Le pôle Mode**, avec une croissance +6% de sa GMV, est en forte amélioration vs 2025 porté par les performances du Sport (+22%), du Prêt-à-Porter Homme (+22%) et de la Lingerie (+46%), lesquels font plus que compenser le recul sur certains secteurs comme le Prêt-à-Porter Femme (-32%) et le Bijou (-17%). Le Groupe poursuit ses actions de renforcement des équipes commerciales avec des profils plus seniors et plus expérimentés.

¹ Ces données n'ont pas été auditées et n'ont pas fait l'objet d'une revue par les commissaires aux comptes

² Source Fox Intelligence Retail (hors The Bradery)

- **Le pôle Maison** est fortement touché avec une baisse de -22% : la High-Tech (-71%), l'Électro-ménager (-51%) et la Déco (-21%) subissent les plus fortes baisses, toujours pénalisés par les plateformes à bas prix, la montée du reconditionné et le recul des logements neufs. Un travail de fond a été engagé pour redéfinir des stratégies commerciales efficaces, revoir en profondeur les organisations managériales et la qualité de nos offres.
- **Le pôle Beauté** affiche un recul de -47%, principalement généré par le retard d'activité de Beauté Privée ; à l'instar du pôle Maison, une refonte stratégique de l'activité est en cours avec notamment la réalisation de recrutements ciblés à la fois au niveau du Management et du renforcement de l'équipe commerciale.

Sur ses relais de croissance, le Groupe affiche des performances encourageantes :

- **Le pôle Voyages & Loisirs** affiche une progression de +4% ; la croissance T3 a été portée par les voyages à l'étranger avec une forte croissance sur l'ensemble des destinations moyen-courrier, laquelle fait plus que compenser une baisse des réservations sur les parcs de loisirs ;
- **La Marketplace** (GMV +3% versus T3 2025) est portée par la croissance de son activité en Europe, malgré une légère baisse de l'activité apportée par quelques-unes de nos marques partenaires ;
- **Le pôle SRP Services** connaît un ralentissement ponctuel de sa dynamique, et s'inscrit en recul de -27% impacté par la décroissance des pôles Maison et Beauté.

DYNAMIQUE SEQUENTIELLE DE L'ACTIVITE 2026

(millions €)		T1	T2	T3	9 mois
		Sans The Bradery	Sans The Bradery	Sans The Bradery	Sans The Bradery
Volume d'affaires (GMV)	2026	179,2	187,3	162,9	529,3
	2025	190,0	197,2	168,3	555,5
	var 26/25 (%)	-6%	-5%	-3%	-5%
Chiffre d'affaires net	2026	105,3	112,8	102,7	320,8
	2025	111,7	128,2	102,0	342,0
	var 26/25 (%)	-6%	-12%	1%	-6%

La progression séquentielle de l'activité se poursuit sur les trois premiers trimestres, pour atteindre un retard limité à -3% de la GMV au T3 2026 versus T3 2025 (sans The Bradery). Le chiffre d'affaires affiche quant à lui une progression de +1% sur le troisième trimestre, une première depuis plus de 3 ans si l'on retrace le périmètre du Groupe sans The Bradery.

Cette évolution positive au fil des trimestres a été obtenue malgré une consommation toujours attentiste et fragile, dans un contexte complexe mêlant le renchérissement du coût de la vie, les inquiétudes provoquées par les conflits internationaux et les mouvements sociaux en France, ainsi que par les dérèglements climatiques qui décalent les achats d'habillement. Elle confirme la nécessité de poursuivre les actions déjà engagées pour renforcer le redressement en cours.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

	9 mois 2025	9 mois 2026	Var 26/25 en %
	Retraité sans The Bradery	Sans The Bradery	Sans The Bradery
Volume d'affaires (GMV) (millions €)	555,5	529,3	- 4,7%
Nouveaux acheteurs* (en millions)	0,65	0,47	- 27,3%
Acheteurs** (en millions)	2,94	2,36	- 19,8%
dont acheteurs fidèles***	2,33	1,69	- 27,2%
En % du nombre d'acheteurs total	79%	72%	-7 pts
Nombre de commandes (en millions)	6,1	5,9	- 2,4%
GMV par acheteur (€)	189,1	224,6	+18,8%
Nombre moyen de commandes par acheteur	2,1	2,5	+21,7%
Taille du panier moyen (€)	91,6	89,4	- 2,4%

* Membres ayant effectué leur première commande au cours de la période

** Membres ayant effectué au moins une commande au cours de la période

*** Membres ayant effectué au moins une commande au cours de la période et au moins une commande lors des années précédentes

Le Groupe a su attirer 470 000 nouveaux primo-acheteurs sur les neuf premiers mois de 2026. Le taux d'acheteurs fidèles diminue à 72%, mais cette évolution est compensée par une augmentation du nombre de commandes par acheteur (+21,7%), résultant d'une GMV par acheteur en croissance à 225 € (+18,8%) d'une diminution du panier moyen de -2,4%.

PERSPECTIVES 2026

Le retour à la croissance du chiffre d'affaires au troisième trimestre constitue un signal encourageant pour Showroomprivé, confirmant l'amélioration progressive de sa dynamique commerciale. Cette évolution demeure toutefois fragile, dans un environnement de consommation toujours délicat et face aux difficultés persistantes de certaines activités.

Sur la fin de l'exercice 2026, le Groupe poursuivra avec détermination l'exécution de son plan de transformation, en concentrant ses efforts sur le redressement des pôles Maison & Tech et Beauté, le renforcement des équipes commerciales et l'amélioration de l'expérience client.

Parallèlement, Showroomprivé entend capitaliser sur la dynamique de l'international, le développement de sa Marketplace et les opportunités offertes par le Social Retail Media, tout en poursuivant ses efforts de maîtrise des coûts et d'optimisation de son organisation.

Ces priorités doivent permettre au Groupe de consolider les premiers signes d'amélioration observés et de préparer les conditions d'un retour progressif à une trajectoire de croissance durable et rentable.

PROCHAINE INFORMATION

Publication du chiffre d'affaires annuel 2026 : le 28 janvier 2027

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 3 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.

Coté sur le marché Euronext Paris (code : SRP), Showroomprivé a réalisé en 2025 un volume d'affaires brut TTC (GMV) de près de 900 millions d'euros, et un chiffre d'affaires net de 560 millions d'euros. Le Groupe est dirigé par David Dayan, fondateur, et emploie plus de 1 100 personnes.

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

CONTACTS

Showroomprivé

Benoît Jacheet, Directeur Financier Groupe
investor.relations@showroomprive.net

Anthony Alfont

Relations.presse@showroomprive.net

NewCap

Communication financière
Thomas Grojean

Relations médias financiers

Gaelle Fromaigeat, Nicolas Merigeau
showroomprive@newcap.eu