

## **Showroomprive inaugura un centro de producción de ecommerce de última generación y único en su sector**

**Se trata de un centro innovador que aumentará su competitividad y capacidad de producción. Showroomprive, uno de los líderes del eCommerce europeo, especialista en el sector las ventas privadas online de moda con 24.6 millones de personas registradas en su plataforma de ventas online y que ha mantenido la rentabilidad desde su nacimiento, ha inaugurado unas instalaciones de producción de ventas para eCommerce de última generación**

Este centro de producción nace con el objetivo de absorber el fuerte crecimiento de la actividad de Showroomprive y poner a disposición de las marcas de moda, que colaboran con la plataforma online, las últimas innovaciones en materia de producción de campañas específicas para el comercio electrónico.

La apertura de las nuevas instalaciones, que cuentan con 2.000 m<sup>2</sup>, generará 130 nuevos puestos de trabajo necesarios para realizar las labores de recepción de muestras, estilismo, escenografía, generación de identidad visual similar a la de cada marca cuya colección es fotografiada, photoshootings, retoque de imágenes y descripciones de producto.

Asimismo, Showroomprive ha anunciado la creación de una Fundación de manera paralela al nuevo centro de producción. Bajo el paraguas de esta Fundación se formará a desempleados de larga duración de la zona, a los que se les dotará de competencias en el sector del comercio electrónico.

Showroomprive, que alcanzó una facturación de 605 millones de euros brutos en 2015, un 28% más que en 2014, 442.8 millones netos (+27% respecto a 2014) y un EBITDA de 23.7 millones de euros (5.4% de la facturación neta), opera en Francia, España, Italia, Bélgica, Alemania, Polonia, Portugal, Reino Unido y los Países Bajos. La empresa emplea a más de 800 personas en España, Francia e Italia y cuenta con 24.6 millones de personas registradas en su plataforma de ventas online.

### La innovación y Showroomprive

La innovación ha sido el eje fundamental sobre el que se ha apoyado el crecimiento de Showroomprive desde su nacimiento en 2006. La empresa, fundada por David Dayan, quien tiene más de 20 años de experiencia en el sector del retail de moda, y Thierry Petit, creador del primer comparador de precios online en Francia y que atesora más de 16 años de experiencia en el sector de la economía digital, fue una de las primeras empresas online en apostar por el Mobile Commerce. Hoy en día el 70% del tráfico y 48% de la facturación neta de Showroomprive se genera gracias a las ventas en smartphones y tablets.

Asimismo, Showroomprive ha lanzado su propia incubadora de start-ups relacionadas del sector de la moda y tecnología, Look Forward, y ha organizado recientemente la Semana de la Innovación en Moda Tecnológica y los Premios WearEable, galardones que reconocen el desarrollo de proyectos

innovadores creados por emprendedores en el marco de la innovación textil. Por otra parte, Showroomprive lanzó a finales del 2015 su primera colección propia diseñada en Francia bajo la marca #CollectionIRL - Fashion for Women In Real Life, una colección especialmente creada para las Digital Women europeas.

El Crecimiento de Showroomprive, un comercio electrónico rentable desde su origen en 2006 Showroomprive, uno de los líderes del comercio electrónico Europeo más innovadores y especialista en el sector las ventas privadas online de moda, anunció recientemente los resultados obtenidos en el pasado año fiscal que concluyó el 31 de diciembre de 2015:

Crecimiento financiero muy fuerte, en línea con los objetivos del Grupo

Facturación bruta: 605 millones de euros\* (+28% respecto a 2014)  
Facturación neta: 442.8 millones de euros (+27%)  
EBITDA: 23.7 millones de euros (5.4% de la facturación neta, +92 puntos básicos)  
Dinamismo especialmente significativo en Francia, con una facturación neta de +28% y un margen de EBITDA del 8.1%

Más socios, más compradores y más Mobile Commerce:

24.6 millones de socios registrados en el site (+4.4 millones respecto a 2014)  
2.9 millones de compradores en 2015 (+0.5 millones)  
Crecimiento de +5% en el gasto efectuado por cada comprador (hasta 151.1€), logrado gracias al aumento del número de pedidos por comprador (4.1 pedidos por comprador, lo que supone un 6% de incremento)  
70% del tráfico y 48% de la facturación neta se han obtenido a través del Mobile Commerce

Este crecimiento dinámico se ha logrado gracias al lanzamiento de soluciones muy innovadoras como "Infinity", la "Cesta Mixta" y "#CollectionIRL".

Prioridades para 2016:

Enriquecer el catálogo y la propuesta de Showroomprive  
Potenciar la innovación para enaltecer la experiencia de usuario  
Internacional: nueva fase de desarrollo, con una organización más cercana a cada mercado local

Confirmación de los resultados que se esperan alcanzar a nivel global y que se anunciaron en el contexto del lanzamiento de la empresa a bolsa. La aplicación de las estrategias de crecimiento

permite al Grupo confirmar cuál será su orientación a nivel global para el 2016 y 2018:

Facturación de 525m y 555 millones de euros en 2016, para alcanzar 750 millones de euros en 2018  
Margen de EBITDA en el Grupo a nivel global de 5.8% y 6.2% en 2016, y entre 7.5% y 8.0% en 2018  
Margen de EBITDA en Francia del 8.5% aproximadamente en 2016 y del 9.5% en 2018  
Nivel operacional de CAPEX de entre 1.3% y 1.5% de la facturación  
Ratio de cash flow por actividades operacionales antes de impuestos y después de CAPEX operativo a EBITDA superior al 100%

El Grupo continúa con su desarrollo en los mercados europeos donde hay un gran margen de crecimiento y desarrollo para el sector del eCommerce. Showroomprive sigue incrementando su base de socios registrados en el site y su tráfico en estos mercados gracias al aumento de la notoriedad de la marca.

Además, Showroomprive entró en bolsa el 30 de octubre de 2015 formando parte del parqué Euronext Paris que proporciona al Grupo mayor capacidad incluso para continuar con su desarrollo.

El Grupo entra en una nueva fase de desarrollo internacional con la implementación de una estrategia multilocal. Showroomprive confirma su objetivo de generar casi el 25% de su facturación en los mercados internacionales fuera de Francia en 2018, sin dar un objetivo para 2016.

**Datos de contacto:**

Ana García  
Prensa Showroomprive

Nota de prensa publicada en: [MADRID](#)

Categorías: [Moda E-Commerce Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>