



Communiqué de presse

RÉSULTATS ANNUELS 2021 : SPARTOO CONFIRME SES OBJECTIFS DE GMV & EBITDA

- Volume d'affaires de 213,7 M€, en croissance de 10,3%
- Chiffre d'affaires en croissance de plus de 12,2%
- EBITDA ajusté de 5,5 M€, en ligne avec les objectifs annoncés
- Investissement dans le stock de produits, majoritairement des permanents : 49 millions d'euros (+28% vs 2020)
- Croissance forte de l'activité à l'international (+15% vs 2020)
- Croissance forte des marques propriétaires (+24% vs 2020)
- Enrichissement continu de l'offre produits : 1,2 million d'articles en ligne, dont 50 000 références [Maison & Déco](#)
- Virage amorcé vers davantage d'offre responsable avec le lancement effectif de la plateforme de seconde main [Newlife](#) (50 000 références actives), plus de 9 000 références éco conçues en ligne
- Services BtoB en forte progression : 30 nouveaux clients pour l'activité de transport (TooPost) et une quinzaine de nouvelles marques pour l'activité de Fulfilment pour tiers (TooBone)

Spartoo tiendra un webinar investisseurs le 22 mars 2022, à 9h30 CET

L'inscription à cet événement est possible au lien suivant :

https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN_AX6RF6CJSHGpeQdlPaMTg.

Grenoble, France, le 21 mars 2022 – 21h00 CET - Spartoo (code ISIN : FR00140043Y1 – mnémorique : ALSPT), un des leaders de la vente d'[articles de mode](#) en ligne en Europe, annonce aujourd'hui ses résultats annuels, clos le 31 décembre et arrêtés par le Conseil d'administration du 17 mars 2022.

Au 31 décembre 2021, le volume d'affaires¹ s'est élevé à 213,7 M€, en croissance de 10,3% par rapport à la même période l'an dernier, où la GMV s'élevait à 193,7 M€. Le Groupe confirme ainsi son objectif de croissance du volume d'affaires supérieure à 10% par rapport à 2020, annoncé à l'occasion de son introduction en Bourse.

Boris Saragaglia, co-fondateur et Président-Directeur Général de Spartoo, déclare : « 2021 aura représenté une année majeure dans le développement de Spartoo. Le succès de notre introduction en Bourse, qui nous a octroyé des ressources additionnelles pour renforcer notre notoriété ainsi que notre offre d'articles de mode en ligne, a constitué un vecteur d'accélération de notre développement.

¹ Volume d'affaires = Gross Merchandise Value (GMV) : ventes totales de produits incluant la TVA et les services net de retours

Cela s'est matérialisé par la confirmation de notre objectif de croissance du volume d'affaires de 10% par rapport à 2020, et par le maintien d'un niveau de rentabilité élevé compte tenu des investissements stratégiques réalisés sur la période, en particulier dans le domaine marketing. Conformément à nos engagements sociétaux et environnementaux, illustrés notamment par le lancement de [NewLife](#), une plateforme dédiée à l'achat et à la vente de produits de seconde main, nous poursuivons notre objectif de délivrer une croissance rentable mais également responsable. Enfin, l'année 2021 aura été marquée par la montée en puissance des services dédiés aux professionnels, que ce soit pour le transport, la logistique et la digitalisation des points de vente physiques. Autant d'expertises reflétant notre savoir-faire des métiers de l'e-commerce maintes fois distingué et récompensé. L'ensemble de ces avancées, ainsi que la tendance globale positive sur l'ensemble de nos activités début 2022, nous rendent confiants en notre capacité à atteindre nos objectifs à moyen terme, à savoir une croissance annuelle supérieure à 10% au cours des prochaines années et une marge d'EBITDA de 7% ».

Activité BtoC, online & offline

Spartoo a élargi son offre de [chaussures](#), [vêtements](#), [sacs](#) et [accessoires](#) sur 2021, en proposant de nombreuses marques, soit directement disponibles au travers des stocks du Groupe (Dr Martens, Converse, Adidas, etc.), ou via les partenaires de sa marketplace. Au 31 décembre 2021, Spartoo enregistrait plus de 1,2 million de références uniques en Europe. La Société a également enrichi son offre de 50 000 [produits de décoration](#) sur la période.

Le site [NewLife](#), plateforme d'achat et de vente d'articles de seconde main, a été créée par Spartoo au cours du premier semestre 2021. Moins d'un an après son lancement, plus de 50 000 références de seconde main ont déjà été publiées.

Spartoo continue de développer son réseau de magasins, avec l'ouverture de six nouveaux points de vente en 2021. La bonne dynamique des magasins, perceptible depuis leur réouverture, permet de dépasser les niveaux d'activité enregistrés en 2019.

Concernant les marques propriétaires du Groupe, le chiffre d'affaires est ressorti en croissance de 24% par rapport à 2021 tirée à la fois par le développement organique de ses clients *wholesale* et l'accélération de leur digitalisation.

Le panier moyen est en hausse de 2€ (+2,5%), notamment grâce à un nombre d'articles par commande en croissance.

Le Groupe voit ses indicateurs de satisfaction client en hausse, avec une note Truspilot de 4,4 en France (+0,1pt), et un NPS² supérieur à 70 points.

Une activité pour compte de tiers en progression

L'activité de commissionnaire de transport connaît une forte progression sur l'année 2021, enregistrant l'acquisition de 30 nouveaux e-commerçants, ainsi qu'une croissance des volumes enregistrés.

² L'indicateur NPS ou Net Promoter Score sert à mesurer la propension et la probabilité de recommandation d'une marque, d'un produit ou d'un service par ses clients

L'offre intégrée de logistique et transport TooBone, lancée au premier semestre 2021 dans le but d'assurer le « Fulfilment » des marques, en B2C et B2B, en France et à l'international, compte désormais une quinzaine de marques partenaires, telles que Palladium et Oakwood.

Au global, l'offre de services dédiés aux professionnels ressort en forte progression de 17,8% sur la période.

Résultats financiers : augmentation des investissements en publicité et légère augmentation de la marge commerciale

La marge commerciale s'établit à 64,6 M€ sur la période, soit un taux de 43%, en pourcentage du chiffre d'affaires.

Après prise en compte de l'augmentation des dépenses en publicité de 32%, l'EBITDA ajusté du Groupe ressort à 5,5 M€.

Au 31 décembre 2021, Spartoo disposait d'une trésorerie de 32,8 M€, incluant la levée de fonds de plus de 20 millions d'euros réalisée en juillet dernier dans le cadre de l'introduction en bourse de la Société.

La dette nette ressort à -8,7 M€ au 31 décembre 2021 contre 6,6 M€ un an auparavant.

Indicateurs clés de performance :

Activités en ligne / KPIs	2021	2020	Var.
Base de clients actifs (000)	1 873	1 778	5%
Coût d'acquisition des nouveaux clients	12,4 €	10,2 €	-
Panier moyen TTC net de retour	80 €	78 €	3%
% de la GMV issu des marques propriétaires	7,1%	6,6%	0,5 pt (%)
Note de recommandation des clients (/100)	>90%	>90%	-

Résultats financiers en millions d'euros :

Résultats des opérations	31/12/2021	31/12/2020(*)	Var.
Volume d'affaires (Gross Merchandise Value)	213,7	193,7	10,3%
B2C	192,8	176,0	9,5%
Service aux tiers	17,5	14,9	17,4%
France	125,7	117,4	7,1%
International	87,9	76,4	15,1%
Chiffre d'affaires	150,3	134,0	12,2%
Marge Commerciale	64,6	57,3	12,7%
en %	43,0%	42,8%	+0,2 pt (%)
EBITDA ajusté	5,5	6,3	-
en %	3,7%	4,7%	-

Tableau de flux	31/12/2021	31/12/2020(*)	Var.
Marge brute d'autofinancement (**)	5,5	7,9	-
Flux opérationnels de trésorerie (**)	-2,1	5,0	-
Flux de trésorerie provenant des activités d'investissements	-3,0	-2,3	-
Trésorerie disponible	32,8	19,6	67,3%
Dettes nettes	-8,7	6,6	-
(*) hors TooAndre			
(**) hors éléments non récurrents significatifs			

Pour recevoir les prochains communiqués de presse de SPARTOO, écrivez-nous à newcap@spartoo.com !



A propos de Spartoo

Avec 10 000 marques et plus de 1,2 million de références, Spartoo propose l'un des plus larges choix d'articles de mode ([chaussures](#), [prêt-à-porter](#), [sacs](#)) dans plus de 30 pays en Europe, grâce à son équipe de plus de 400 collaborateurs de près de 30 nationalités différentes. En 2021, le Groupe réalise une GMV (*Gross Merchandise Value*) de 214 M€ dont 41% a été réalisée à l'international. Disposant par ailleurs d'une plateforme logistique et d'un service après-vente intégrés, Spartoo se distingue par son approche *customer centric*, objectivée par un très haut taux de satisfaction client. La stratégie s'appuie sur les fortes synergies entre le modèle de vente en ligne et les avantages propres aux magasins physiques, qui soutiennent la fidélisation et la notoriété de marque. Capitalisant sur son savoir-faire des métiers de l'e-commerce, Spartoo a également développé une gamme complète de services pour les professionnels.

Visitez les sites du Groupe :

www.spartoo.com

www.spartoo-finance.com



Contacts

Spartoo

+33 4 58 00 16 84

investors@spartoo.com

NewCap

Louis-Victor Delouvrier

Nicolas Fossiez

Relations investisseurs

newcap@spartoo.com

+33 1 44 71 94 94

NewCap

Ambre Delval

Relations Médias

newcap@spartoo.com

+33 1 44 71 98 52