



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

# MAISONS DU MONDE : RÉSULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2019

**Forte dynamique des ventes, portée notamment par la croissance des ventes en ligne et à l'international**

**Rentabilité du premier semestre conforme au séquençage attendu sur l'année**

**Objectifs de l'année 2019 confirmés**

- 
- **Ventes en hausse de 10,9% à taux de change constants (+11,2% à taux de change courants) à 564 M€**
  - **Croissance des ventes de 8,3% à périmètre constant<sup>1</sup>, dont +4,4% à périmètre comparable<sup>2</sup>**
    - **Accélération au T2 (+6,5%) par rapport au T1 (+2,4%)**
  - **Poursuite de la forte dynamique des ventes en ligne (+23,3%) et à l'international (+23,5%), représentant respectivement environ 26% et 45% des ventes**
  - **15 ouvertures brutes de magasins et 6 fermetures pour repositionnement**
  - **EBITDA<sup>3</sup> de 45,6 M€ et marge d'EBITDA<sup>3</sup> de 8,1%, conformes au séquençage attendu sur l'année**
  - **Ratio de levier financier<sup>3</sup> de 1.4x contre 1.5x au 30 juin 2018**
  - **Objectifs de l'année 2019 confirmés<sup>4</sup> :**
    - **Poursuite d'une croissance des ventes autour de 10%**
    - **35-40 ouvertures brutes de magasins, dont deux tiers hors de France, et environ 10 fermetures de magasins pour repositionnement**
    - **Marge d'EBITDA supérieure à 13% des ventes**

---

Nantes, 29 Juillet 2019

Maisons du Monde (Euronext Paris : MDM, Code ISIN : FR0013153541), un leader européen de collections originales et accessibles d'articles de décoration et de mobilier pour la maison, annonce aujourd'hui ses résultats du premier semestre 2019.

À cette occasion, Julie Walbaum, Directrice Générale de Maisons du Monde, a déclaré :

*« Les ventes de Maison du Monde ont, une fois de plus, enregistré une croissance à deux chiffres au premier semestre, dont 4,4% à périmètre comparable, démontrant la dynamique toujours aussi forte de*

---

<sup>1</sup> Excluant Modani et à taux de change constants (+8,5% à taux de change courants au S1 2019 vs. S1 2018).

<sup>2</sup> Excluant Modani et à périmètre magasins comparables.

<sup>3</sup> Avant impact IFRS 16.

<sup>4</sup> Incluant Modani et avant impact IFRS 16.

*notre modèle omnicanal et international. Modani a poursuivi son expansion rapide et confirme son potentiel de développement aux États-Unis. Nous sommes également très satisfaits de l'acquisition récente de Rhinov, dont les compétences vont nous permettre de renforcer la différenciation de notre marque et de préparer le terrain pour notre nouveau plan stratégique.*

*Conformément à nos attentes, la rentabilité du premier semestre a été affectée par des effets de change et, dans une moindre mesure, par une activité promotionnelle ponctuellement accrue. Cette augmentation temporaire des promotions était liée à notre volonté de réduire les stocks magasin afin de préparer notre nouvelle stratégie, reposant sur des collections plus lisibles pour nos clients. Par ailleurs, nous avons enregistré chez Modani des coûts marketing et logistiques plus élevés que l'an dernier, en lien avec notre stratégie de croissance aux États-Unis.*

*L'EBITDA accélérera au second semestre, sous l'effet combiné de notre saisonnalité traditionnelle, d'un effet de change positif, d'une moindre intensité promotionnelle et d'une contribution plus forte de Modani. Nous restons pleinement mobilisés pour réaliser nos objectifs financiers de l'année, tout en préparant notre prochain chapitre de croissance, tel que nous l'avons décrit lors de notre récente Journée Investisseurs. »*

\*\*\*

### **Solide performance des ventes au premier semestre 2019**

Maisons du Monde a enregistré des ventes de €564 millions au premier semestre 2019, en hausse de 10,9% à taux de change constants par rapport au premier semestre 2018. La croissance des ventes à périmètre comparable a été de 4,4% sur la période, reflétant la solidité de la stratégie omnicanale et internationale du Groupe. Cette performance a été réalisée en dépit d'une base de comparaison forte (croissance à périmètre comparable de 4,8% au premier semestre 2018) et d'un environnement commercial peu porteur en France. La croissance des ventes à périmètre comparable a accéléré au deuxième trimestre (+6,5%) par rapport au premier trimestre (+2,4%). La dynamique de croissance est restée forte pour les ventes en ligne (+22,3%) et les activités à l'international (+23,5%), représentant respectivement environ 26% et 45% des ventes du Groupe.

Au cours du premier semestre, Maisons du Monde a continué de se concentrer sur la mise en œuvre de ses priorités stratégiques. Le Groupe a lancé avec succès ses nouvelles collections de mobilier d'intérieur et d'extérieur, ainsi que sa collection junior. Notre premier canapé personnalisable a également rencontré un accueil très favorable. Notre activité B2B a par ailleurs poursuivi son développement, avec le lancement d'un nouveau catalogue comprenant 850 références, dont 140 spécifiquement conçues pour ce marché. L'ouverture de l'hôtel Maisons du Monde Hôtel & Suites, à Nantes, nous permet désormais de mettre ces produits en lumière. Enfin, conformément à notre décision stratégique d'étendre notre offre dans les services, Maisons du Monde a pris une participation majoritaire dans la start-up Rhinov, qui permet à chacun d'obtenir un conseil professionnel de décorateur d'intérieur, adapté à son style et son budget et à un prix très compétitif.

Poursuivant nos avancées afin d'améliorer l'expérience client omnicanale, nous avons amélioré notre moteur de recherche et nos catégories de produits, et lancé 4 e-catalogues (mobilier d'intérieur, mobilier d'extérieur, junior et B2B). Nous avons également lancé en test le retour en magasin d'articles de décoration commandés en ligne. Afin de renforcer l'expérience client en magasin, Maisons du Monde a par ailleurs développé un programme de formation personnalisé pour ses équipes dans des magasins pilotes et a poursuivi le déploiement de ses "Coins Conseil Déco", aboutissant à l'équipement d'environ 150 magasins à la fin du premier semestre 2019. De plus, le groupe a continué de renforcer ses relations avec ses clients, en mettant l'accent sur la personnalisation de sa communication, l'optimisation de ses investissements marketing et le renforcement de sa visibilité de marque à travers les médias sociaux, l'influence et les relations presse.

Par ailleurs, Maisons du Monde a poursuivi la mise en œuvre du plan de développement de son réseau de magasins, avec 13 ouvertures brutes, dont 6 en France et 7 à l'international, dont son premier magasin au Portugal. Six autres magasins ont été fermés pour repositionnement sur la période (dont 3 en France, 1 en Belgique et 2 en Italie), dans le cadre de la gestion active du portefeuille de magasins du Groupe. Au 30 juin 2019, Maisons du Monde opérait 343 magasins dans 10 pays, avec une surface de vente totale de 395 400 m<sup>2</sup>, soit une augmentation d'environ 8 200 m<sup>2</sup> depuis le 31 décembre 2018.

Enfin, Modani a continué à afficher une forte croissance au premier semestre 2019, avec des ventes de 20,3 millions d'euros, en hausse de 19,2% sur une base pro forma par rapport au premier semestre 2018. Deux nouveaux showrooms ont été ouverts sur la période, portant le total à 15 magasins aux États-Unis au 30 juin 2019.

### **Évolution de la rentabilité conforme au séquençage attendu sur l'année**

La marge brute a diminué au premier semestre 2019, comme attendu, pour atteindre 64%, contre 65% au premier semestre 2018. Cette contraction reflète un effet de change défavorable, une activité promotionnelle ponctuellement accrue et, dans une moindre mesure, une part plus importante des ventes de meubles dans le mix produits.

Conformément au séquençage attendu sur l'année, l'EBITDA<sup>5</sup> s'est élevé à 45,6 millions d'euros au premier semestre 2019, en baisse de 4,9% par rapport au premier semestre 2018, soit une marge d'EBITDA de 8,1%, en recul de 140 points de base. Cette baisse anticipée reflète le repli de la marge brute, ainsi qu'une pression temporaire sur les coûts logistiques et marketing chez Modani liée à sa rapide expansion.

Nous prévoyons une amélioration significative de la marge d'EBITDA du Groupe au second semestre 2019, grâce à la saisonnalité traditionnelle de l'activité, un effet de change plus favorable, une moindre intensité promotionnelle et une contribution accrue de Modani.

L'EBIT<sup>5</sup> a atteint 26,7 millions d'euros au premier semestre 2019, en baisse de 12,9% par rapport au premier semestre 2018, reflétant la baisse de l'EBITDA et une augmentation des dotations aux amortissements, provisions et dépréciations de 1,5 millions d'euros par rapport au S1 2018. La marge d'EBIT s'est établie à 4,7% au premier semestre 2019, contre 6% au premier semestre 2018.

Le résultat opérationnel<sup>5</sup> a atteint 19,5 millions d'euros au premier semestre 2019, en hausse de 5,3% par rapport au premier semestre 2018, incluant une variation positive de la juste valeur des instruments financiers dérivés de 4,6 millions d'euros comparé à une variation négative de 0,8 million d'euros au S1 2018.

Le résultat net<sup>5</sup> s'est élevé à 7,2 millions d'euros au premier semestre 2019, en recul de 10,8% comparé à 8,1 millions d'euros du premier semestre 2018, en raison d'une hausse de l'impôt sur le résultat.

### **Amélioration du flux de trésorerie disponible**

Les activités opérationnelles du Groupe ont généré une variation nette de trésorerie positive<sup>5</sup> de 20,1 millions d'euros au premier semestre 2019 contre une variation nette négative de 8,7 millions d'euros au premier semestre 2018, principalement en raison d'une variation positive du besoin en fonds de roulement de 0,3 million d'euros au S1 2019 contre une variation négative de 44,2 millions d'euros au S1 2018.

Le flux de trésorerie disponible<sup>5</sup> a représenté une variation nette de trésorerie négative de 15,1 millions d'euros au premier semestre 2019 contre une variation nette négative de 62 millions d'euros au premier

---

<sup>5</sup> Avant impact IFRS 16

semestre 2018, dont 23,4 millions d'euros de dépenses d'investissement, dédiées principalement à l'ouverture de nouveaux magasins et aux opérations de maintenance et rénovation du parc.

Le niveau des stocks est passé de 241,2 millions d'euros au 31 décembre 2018 à 215,8 millions d'euros au 30 juin 2019, soit une baisse de 10,5%, reflétant la décision du Groupe de réduire ses stocks magasin afin de préparer le déploiement des priorités stratégiques présentées lors de la Journée Investisseurs, à savoir, entre autres, la mise en place d'une offre plus lisible en magasin.

### **Poursuite du désendettement**

Le ratio de levier financier<sup>6</sup> était de 1,4x au 30 juin 2019 contre 1,5x au 30 juin 2018. L'endettement net du Groupe s'élevait à 204,2 millions d'euros au 30 juin 2019 contre 213,1 millions d'euros au 30 juin 2018.

### **Mise en œuvre de la norme IFRS 16**

La norme IFRS 16 « Contrats de location », applicable aux exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2019, remplace IAS 17 ainsi que les interprétations IFRIC et SIC associées. La norme impose un mode de comptabilisation unique des contrats par les preneurs en reconnaissant un actif « droits d'utilisation relatifs aux contrats de location » et un passif « dettes de location ». La durée de location est définie contrat par contrat et correspond à la période ferme de l'engagement en tenant compte des périodes optionnelles qui sont raisonnablement certaines d'être exercées.

Au 1<sup>er</sup> janvier 2019, le Groupe a choisi d'appliquer la méthode rétrospective simplifiée consistant à comptabiliser l'effet cumulatif de l'application initiale comme un ajustement sur les capitaux propres d'ouverture. En conséquence, les données des exercices antérieurs n'ont pas été retraitées et sont présentées conformément aux méthodes comptables appliquées précédemment, telles que présentées dans les états financiers consolidés pour l'exercice clos le 31 décembre 2018. Afin de faciliter la comparaison avec les périodes précédentes, le Groupe présente des indicateurs financiers non IFRS avant impact IFRS 16.

### **Priorités commerciales pour le second semestre 2019**

Au second semestre 2019, Maisons du Monde va poursuivre la mise en œuvre de ses priorités commerciales et la préparation du déploiement de son plan 2020-2024.

Le Groupe concentrera ses efforts sur les cinq priorités suivantes :

- Poursuivre le renforcement de son offre, avec des collections de décoration plus nombreuses et chacune plus courtes en références, ainsi qu'un merchandising magasin affiné pour améliorer la lisibilité de l'offre ;
- Poursuivre le développement agile de son réseau de magasins, avec notamment l'ouverture d'un magasin en Allemagne (Cologne) ;
- Renforcer l'expérience omnicanale au travers de différentes initiatives telles que le déploiement des retours en magasin d'articles de décoration commandés en ligne et la refonte de l'application de la tablette vendeurs ;
- Continuer à renforcer ses relations clients par le biais de la personnalisation de ses communications et un marketing optimisé;
- Soutenir l'expansion de Modani et poursuivre le test du concept Maisons du Monde aux États-Unis.

---

<sup>6</sup> Avant impact IFRS 16.

### Confirmation des objectifs de l'année 2019<sup>7</sup>

Maisons du Monde confirme ses objectifs 2019, sur la base d'une performance améliorée au second semestre, conformément à ses attentes de séquençement pour l'année. Le Groupe prévoit la poursuite d'une dynamique positive des ventes au second semestre et une augmentation de la rentabilité par rapport au premier semestre.

Nous prévoyons ainsi pour l'ensemble de l'année 2019 :

- La poursuite d'une croissance des ventes autour de 10% ;
- 35-40 ouvertures brutes de magasins, dont deux tiers hors de France (incluant 5 pour Modani), et environ 10 fermetures de magasins pour repositionnement (principalement en France) ;
- Une marge d'EBITDA supérieure à 13% des ventes.

\*\*\*

---

<sup>7</sup> Incluant Modani et avant impact IFRS 16.

## ANNEXES<sup>8</sup>

### Résumé des ventes du T2 2019<sup>9</sup>

En millions d'euros	Trimestre clos le 30 juin		
	2018	2019	% variation
<b>Ventes</b>	<b>251,9</b>	<b>283,7</b>	<b>+12,6%</b>
<b>% variation à taux de change constants</b>			<b>+12,2%</b>
<i>% variation à périmètre comparable</i>	+4,2%	+6,5%	-
<b>Ventes par zone géographique</b>			
France	144,6	151,2	+4,5%
International	107,3	132,5	+23,5%
<b>Total</b>	<b>251,9</b>	<b>283,7</b>	<b>+12,6%</b>
France (%)	57,4%	53,3%	-
International (%)	42,6%	46,7%	-
<b>Total (%)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>
<b>Ventes par canal de distribution</b>			
Réseau de magasins	190,5	207,0	+8,7%
Ventes en ligne	61,4	76,7	+25,0%
<b>Total</b>	<b>251,9</b>	<b>283,7</b>	<b>+12,6%</b>
Réseau de magasins (%)	75,6%	73,0%	-
Ventes en ligne (%)	24,4%	27,0%	-
<b>Total (%)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>
<b>Ventes par catégorie de produits</b>			
Décoration	122,7	136,6	+11,3%
Meubles	129,2	147,1	+13,8%
<b>Total</b>	<b>251,9</b>	<b>283,7</b>	<b>+12,6%</b>
Décoration (%)	48,7%	48,1%	-
Meubles (%)	51,3%	51,9%	-
<b>Total (%)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>

<sup>8</sup> Les procédures d'audit sont en cours de finalisation.

<sup>9</sup> Incluant Modani.

## Résumé des ventes à périmètre constant du T2 2019<sup>10</sup>

En millions d'euros	Trimestre clos le 30 juin		
	2018	2019	% variation
<b>Ventes</b>	<b>246,1</b>	<b>272,4</b>	<b>+10,7%</b>
<b>% variation à taux de change constants</b>			<b>+10,5%</b>
<b>% variation à périmètre comparable</b>	<b>+4,2%</b>	<b>+6,5%</b>	<b>-</b>
<b>Ventes par zone géographique</b>			
France	144,6	151,2	+4,5%
International	101,4	121,2	+19,5%
<b>Total</b>	<b>246,1</b>	<b>272,4</b>	<b>+10,7%</b>
France (%)	58,8%	55,5%	-
International (%)	41,2%	44,5%	-
<b>Total (%)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>
<b>Ventes par canal de distribution</b>			
Réseau de magasins	185,2	197,0	+6,4%
Ventes en ligne	60,8	75,3	+23,9%
<b>Total</b>	<b>246,1</b>	<b>272,4</b>	<b>+10,7%</b>
Réseau de magasins (%)	75,3%	72,3%	-
Ventes en ligne (%)	24,7%	27,7%	-
<b>Total (%)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>
<b>Ventes par catégorie de produits</b>			
Décoration	122,7	136,5	+11,3%
Meubles	123,4	135,9	+10,1%
<b>Total</b>	<b>246,1</b>	<b>272,4</b>	<b>+10,7%</b>
Décoration (%)	49,9%	50,1%	-
Meubles (%)	50,1%	49,9%	-
<b>Total (%)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>

<sup>10</sup> Excluant Modani.

## Résumé des ventes du S1 2019<sup>11</sup>

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin		
	2018	2019	% variation
<b>Ventes</b>	<b>507,0</b>	<b>564,0</b>	<b>+11,2%</b>
<i>% variation à taux de change constants</i>			<b>+10,9%</b>
<i>% variation à périmètre comparable</i>	+4,8%	+4,4%	-
<b>Ventes par zone géographique</b>			
France	299,4	307,5	+2,7%
International	207,7	256,5	+23,5%
<b>Total</b>	<b>507,0</b>	<b>564,0</b>	<b>+11,2%</b>
France (%)	59,0%	54,5%	-
International (%)	41,0%	45,5%	-
<b>Total (%)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>
<b>Ventes par canal de distribution</b>			
Réseau de magasins	386,2	415,1	+7,5%
Ventes en ligne	120,8	148,9	+23,3%
<b>Total</b>	<b>507,0</b>	<b>564,0</b>	<b>+11,2%</b>
Réseau de magasins (%)	76,2%	73,6%	-
Ventes en ligne (%)	23,8%	26,4%	-
<b>Total (%)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>
<b>Ventes par catégorie de produits</b>			
Décoration	264,3	285,8	+8,1%
Meubles	242,7	278,2	+14,6%
<b>Total</b>	<b>507,0</b>	<b>564,0</b>	<b>+11,2%</b>
Décoration (%)	52,1%	50,7%	-
Meubles (%)	47,9%	49,3%	-
<b>Total (%)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>

<sup>11</sup> Incluant Modani.

## Résumé des ventes à périmètre constant du S1 2019<sup>12</sup>

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin		
	2018	2019	% variation
<b>Ventes</b>	<b>501,2</b>	<b>543,8</b>	<b>+8,5%</b>
<b>% variation à taux de change constants</b>			<b>+8,3%</b>
<b>% variation à périmètre comparable</b>	<b>+4,8%</b>	<b>+4,4%</b>	<b>-</b>
<b>Ventes par zone géographique</b>			
France	299,4	307,5	+2,7%
International	201,8	236,3	+17,1%
<b>Total</b>	<b>501,2</b>	<b>543,8</b>	<b>+8,5%</b>
France (%)	59,7%	56,6%	-
International (%)	40,3%	43,4%	-
<b>Total (%)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>
<b>Ventes par canal de distribution</b>			
Réseau de magasins	381,0	397,0	+4,2%
Ventes en ligne	120,2	146,8	+22,1%
<b>Total</b>	<b>501,2</b>	<b>543,8</b>	<b>+8,5%</b>
Réseau de magasins (%)	76,0%	73,0%	-
Ventes en ligne (%)	24,0%	27,0%	-
<b>Total (%)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>
<b>Ventes par catégorie de produits</b>			
Décoration	264,3	285,6	+8,0%
Meubles	236,8	258,2	+9,0%
<b>Total</b>	<b>501,2</b>	<b>543,8</b>	<b>+8,5%</b>
Décoration (%)	52,7%	52,5%	-
Meubles (%)	47,3%	47,5%	-
<b>Total (%)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>

<sup>12</sup> Excluant Modani.

### Principaux indicateurs de ventes du T2 2019

En millions d'euros		Trimestre clos le 30 juin		
		2018	2019	% variation
<b>Ventes</b>		<b>251,9</b>	<b>283,7</b>	<b>+12,6%</b>
<b>% variation à taux de change constants</b>				<b>+12,2%</b>
<u>Dont</u>	Maisons du Monde	246,1	272,4	+10,7%
	% variation à périmètre comparable	+4,2%	+6,5%	-
	Modani	5,8	11,4	n/a

### Principaux indicateurs financiers du S1 2019 avant impact IFRS 16

En millions d'euros		Semestre clos le 30 juin		
		2018	2019	% variation
<b>Ventes</b>		<b>507,0</b>	<b>564,0</b>	<b>+11,2%</b>
<b>% variation à taux de change constants</b>				<b>+10,9%</b>
<u>Dont</u>	Maisons du Monde	501,2	543,8	+8,5%
	% variation à périmètre comparable	+4,8%	+4,4%	-
	Modani	5,8	20,3	n/a
<b>Marge brute</b>		<b>329,7</b>	<b>360,7</b>	<b>+9,4%</b>
<i>En % des ventes</i>		<i>65,0%</i>	<i>64,0%</i>	<i>(110)bps</i>
<b>EBITDA</b>		<b>48,0</b>	<b>45,6</b>	<b>(4,9)%</b>
<i>En % des ventes</i>		<i>9,5%</i>	<i>8,1%</i>	<i>(140)bps</i>
<b>EBIT</b>		<b>30,6</b>	<b>26,7</b>	<b>(12,9)%</b>
<i>En % des ventes</i>		<i>6,0%</i>	<i>4,7%</i>	<i>(130)bps</i>
<b>Résultat net</b>		<b>8,1</b>	<b>7,2</b>	<b>(10,8)%</b>
<b>Flux de trésorerie disponible<sup>13</sup></b>		<b>(25,7)</b>	<b>(10,8)</b>	<b>n/a</b>
<b>Endettement net</b>		<b>213,1</b>	<b>204,2</b>	<b>(4,2)%</b>
<i>Ratio de levier financier<sup>14</sup> (x)</i>		<i>1,5x</i>	<i>1,4x</i>	<i>(0,1)x</i>

<sup>13</sup> Avant acquisition de filiales (nettes de la trésorerie acquise) et d'immobilisations financières.

<sup>14</sup> Endettement net divisé par l'EBITDA des douze derniers mois (incluant Modani sur une base pro forma pour la période close le 30 juin 2018, hors dettes relatives à l'*earn-out* et à l'option de vente au 30 juin 2019 et hors dettes relatives à l'option de vente au 30 juin 2019).

### Réconciliation de l'EBITDA et de l'EBITDA avant impact IFRS 16

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin	
	2017	2018
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>21,2</b>	<b>26,1</b>
Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations	17,4	66,9
Juste valeur des instruments financiers dérivés	0,8	(4,6)
Frais de pré-ouverture	0,9	0,8
Dépenses liées aux catalogues <sup>15</sup>	6,9	7,0
Taxes (IFRIC 21) <sup>15</sup>	0,8	0,9
<b>EBITDA</b>	<b>48,0</b>	<b>97,1</b>
Impact IFRS 16	-	(51,4)
<b>EBITDA avant impact IFRS 16</b>	<b>48,0</b>	<b>45,6</b>

### Réconciliation de l'EBIT et de l'EBIT avant impact IFRS 16

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin	
	2017	2018
<b>EBITDA</b>	<b>48,0</b>	<b>97,1</b>
Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations	(17,4)	(66,9)
<b>EBIT</b>	<b>30,6</b>	<b>30,2</b>
Impact IFRS 16	-	(3,5)
<b>EBIT avant impact IFRS 16</b>	<b>30,6</b>	<b>26,7</b>

### Réconciliation de l'endettement net et de l'endettement net avant impact IFRS 16

En millions d'euros	Au	
	30 juin 2018	30 juin 2019
Emprunt obligataire convertible	175,8	180,0
Ligne de crédit à long terme	49,5	49,7
Facilités de crédit renouvelables	19,1	(0,6)
Dettes de location	3,1	629,8
Autres dettes <sup>16</sup>	4,8	1,3
Trésorerie et équivalents de trésorerie <sup>17</sup>	(39,1)	(30,7)
<b>Endettement net</b>	<b>213,1</b>	<b>829,5</b>
Impact IFRS 16	-	(625,2)
<b>Endettement net avant impact IFRS 16</b>	<b>213,1</b>	<b>204,2</b>

<sup>15</sup> Pro rata temporis sur la période.

<sup>16</sup> Incluant les autres emprunts, les dépôts et cautionnements, et les découverts bancaires.

<sup>17</sup> Hors découverts bancaires.

## Réconciliation du flux de trésorerie disponible et du flux de trésorerie disponible

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin			
	2018 Pré-IFRS 16	2019 Pré-IFRS 16	Impact IFRS 16	2019 IFRS 16
<b>EBITDA</b>	<b>48,0</b>	<b>45,6</b>	<b>51,4</b>	<b>97,1</b>
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(44,2)	0,3	-	0,3
Impôt sur le résultat payé	(3,2)	(18,2)	-	(18,2)
Frais de pré-ouverture	(0,9)	(0,8)	-	(0,8)
Dépenses liées aux catalogues <sup>18</sup>	(6,9)	(7,0)	-	(7,0)
Taxes (IFRIC 21) <sup>18</sup>	(0,8)	(0,9)	-	(0,9)
Variation des autres éléments liés aux activités opérationnelles	(0,7)	1,0	-	1,0
<b>Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles<sup>(a)</sup></b>	<b>(8,7)</b>	<b>20,1</b>	<b>51,4</b>	<b>71,5</b>
Dépenses d'investissement	(15,9)	(23,4)	-	(23,4)
Acquisition de filiales (nettes de la trésorerie acquise) et d'immobilisations financières	(36,3)	(4,2)	-	(4,2)
Variation des dettes sur immobilisations et produits des cessions d'actifs non-courants	(1,1)	(7,5)	-	(7,5)
<b>Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement<sup>(b)</sup></b>	<b>(53,3)</b>	<b>(35,2)</b>	<b>-</b>	<b>(35,2)</b>
<b>Flux de trésorerie disponible <sup>(a)+(b)</sup></b>	<b>(62,0)</b>	<b>(15,1)</b>	<b>51,4</b>	<b>36,4</b>
<b>Flux de trésorerie disponible avant acquisition de filiales (nettes de la trésorerie acquise) et d'immobilisations financières</b>	<b>(25,7)</b>	<b>(10,8)</b>	<b>-</b>	<b>40,6</b>

<sup>18</sup> Pro rata temporis sur la période.

Compte de résultat consolidé

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin			
	2018 Pré-IFRS 16	2019 Pré-IFRS 16	Impact IFRS 16	2019 IFRS 16
<b>Ventes</b>	<b>507,0</b>	<b>564,0</b>	-	<b>564,0</b>
Autres produits de l'activité	14,9	17,2	1,4	18,6
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>522,0</b>	<b>581,2</b>	<b>1,4</b>	<b>582,6</b>
Coût des ventes	(177,3)	(203,3)	-	(203,3)
Charges de personnel	(102,4)	(112,4)	-	(112,4)
Charges externes	(200,8)	(225,9)	50,1	(175,8)
Dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations	(17,4)	(18,9)	(47,9)	(66,9)
Juste valeur des instruments financiers dérivés	(0,8)	4,6	-	4,6
Autres produits d'exploitation	0,9	1,2	-	1,2
Autres charges d'exploitation	(2,9)	(3,9)	-	(3,9)
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>21,2</b>	<b>22,6</b>	<b>3,5</b>	<b>26,1</b>
Autres produits et charges opérationnels	(2,7)	(3,1)	-	(3,1)
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>18,5</b>	<b>19,5</b>	<b>3,5</b>	<b>23,0</b>
Coût de l'endettement net	(3,1)	(3,3)	-	(3,3)
Coût de l'endettement « contrats de location »	(0,0)	-	(6,1)	(6,1)
Produits financiers	0,9	0,8	-	0,8
Charges financières	(2,3)	(2,3)	0,1-	(2,2)
<b>Résultat financier</b>	<b>(4,5)</b>	<b>(4,7)</b>	<b>(6,1)</b>	<b>(10,8)</b>
Quote-part du résultat des sociétés mises en équivalence	-	-	-	-
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>14,0</b>	<b>14,9</b>	<b>(2,6)</b>	<b>12,2</b>
Impôt sur le résultat	(5,9)	(7,7)	0,8	(6,8)
<b>Résultat net</b>	<b>8,1</b>	<b>7,2</b>	<b>(1,8)</b>	<b>5,4</b>
<b>Attribuable aux :</b>				
• Actionnaires de la société mère	8,0	8,0	-	-
• Participations ne donnant pas le contrôle	0,1	(0,8)	-	-

## Bilan consolidé

En millions d'euros	Au			
	31-déc-18 Pré-IFRS 16	Impact IFRS 16	01-jan-19 IFRS 16	30-juin-19 IFRS 16
<b>ACTIF</b>				
Goodwill	368,4	-	368,4	368,7
Autres immobilisations incorporelles	267,2	(28,2)	239,1	241,2
Immobilisations corporelles	159,3	(4,4)	154,9	154,1
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	-	674,7	674,7	657,9
Autres actifs financiers non courants	14,8	-	14,8	19,8
Impôts différés actifs	2,8	-	2,8	3,8
Instruments financiers dérivés	4,7	-	4,7	3,8
Autres actifs non courants	7,9	(7,8)	0,0	-
<b>ACTIFS NON COURANTS</b>	<b>825,1</b>	<b>634,2</b>	<b>1 459,3</b>	<b>1 449,3</b>
Stocks	241,2	-	241,2	215,8
Créances clients et autres créances	83,5	(11,4)	72,1	102,1
Autres actifs financiers courants	0,0	-	0,0	0,9
Actifs d'impôt exigible	4,3	-	4,3	15,1
Instruments financiers dérivés	-	-	-	14,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie	57,2	-	57,2	30,7
<b>ACTIFS COURANTS</b>	<b>386,3</b>	<b>(11,4)</b>	<b>374,8</b>	<b>379,3</b>
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>1 211,4</b>	<b>622,8</b>	<b>1 834,2</b>	<b>1 828,7</b>
<b>PASSIF</b>				
<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES</b>	<b>590,6</b>	<b>-</b>	<b>590,6</b>	<b>578,8</b>
Emprunts	53,0	(3,3)	49,8	50,0
Emprunt obligataire convertible	178,1	-	178,1	180,2
Dettes de location à moyen et long terme	-	551,8	551,8	534,9
Avantages postérieurs à l'emploi	58,2	-	58,2	61,8
Provisions	8,6	-	8,6	10,4
Instruments financiers dérivés	14,4	-	14,4	14,2
Autres passifs non courants	35,0	(15,0)	20,0	24,7
<b>Passifs non courants</b>	<b>347,3</b>	<b>533,6</b>	<b>880,9</b>	<b>876,2</b>
Emprunts courants	11,6	(1,3)	10,3	0,2
Dettes de location à court terme	-	92,0	92,0	94,9
Dettes fournisseurs et autres dettes	250,9	(1,5)	249,5	275,2
Provisions	1,1	-	1,1	1,8
Passifs d'impôt exigible	1,0	-	1,0	1,6
Instruments financiers dérivés	2,4	-	2,4	-
Autres passifs courants	6,5	-	6,5	-
<b>Passifs courants</b>	<b>273,4</b>	<b>89,2</b>	<b>362,6</b>	<b>373,7</b>
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>620,8</b>	<b>622,8</b>	<b>1 243,6</b>	<b>1 249,8</b>
<b>TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES</b>	<b>1 211,4</b>	<b>622,8</b>	<b>1 834,2</b>	<b>1 828,7</b>

## Tableau des flux de trésorerie consolidé

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin			
	2018 Pré-IFRS 16	2019 Pré-IFRS 16	Impact IFRS 16	2019 IFRS 16
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>14,0</b>	<b>14,8</b>	<b>(2,6)</b>	<b>12,2</b>
Ajustements relatifs aux :				
• Dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations	18,8	21,5	47,9	69,5
• Plus ou moins-values de cessions	0,7	1,6	-	1,6
• Variation de la juste valeur des instruments financiers dérivés	0,8	(4,6)	-	(4,6)
• Paiements fondés sur des actions	1,3	1,3	-	1,3
• Coût de l'endettement net	3,1	3,3	6,1	9,4
Variation du besoin en fonds de roulement liée à l'activité :				
• Augmentation / Diminution des stocks	(28,5)	25,5	-	25,5
• Augmentation / Diminution des créances clients et autres créances	15,4	(30,8)	-	(30,8)
• Augmentation / Diminution des dettes fournisseurs et autres dettes	(31,1)	5,6	-	5,6
Impôts versés	(3,2)	(18,2)	-	(18,2)
<b>Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles<sup>(a)</sup></b>	<b>(8,7)</b>	<b>20,1</b>	<b>51,4</b>	<b>71,5</b>
Acquisitions d'actifs non courants :				
• Immobilisations corporelles	(14,8)	(18,6)	-	(18,6)
• Immobilisations incorporelles	(3,2)	(4,1)	-	(4,1)
• Immobilisations financières	-	(4,2)	-	(4,2)
• Acquisition de filiales (nettes de la trésorerie acquise)	(36,3)	-	-	-
• Autres actifs non courants	2,1	(0,7)	-	(0,7)
Variation des dettes sur immobilisations	(1,1)	(8,0)	-	(8,0)
Produits des cessions d'actifs non courants	0,0	0,4	-	0,4
<b>Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement<sup>(b)</sup></b>	<b>(53,3)</b>	<b>(35,2)</b>	<b>-</b>	<b>(35,2)</b>
Produits de la souscription d'emprunts	20,1	-	-	-
Remboursement d'emprunts	(0,8)	(11,0)	0,6	(10,4)
Diminution des dettes de location	-	-	(48,3)	(48,3)
Acquisitions (nettes) d'actions propres	(1,1)	0,2	-	0,2
Dividendes versés	(19,9)	-	-	-
Intérêts payés	(0,7)	(0,8)	-	(0,8)
Intérêts liés aux dettes de location	-	-	(3,7)	(3,7)
<b>Flux nets de trésorerie liés aux activités de financement<sup>(c)</sup></b>	<b>(2,4)</b>	<b>(11,6)</b>	<b>(51,4)</b>	<b>(63,0)</b>
<b>Variation nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie<sup>(a)+(b)+(c)</sup></b>	<b>(64,4)</b>	<b>(26,6)</b>	<b>-</b>	<b>(26,6)</b>
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture</b>	<b>100,1</b>	<b>56,6</b>	<b>-</b>	<b>56,6</b>
Variation nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie	(64,4)	(26,6)	-	(26,6)
Gains / pertes de change	0,3	0,0	-	0,0
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture</b>	<b>36,0</b>	<b>29,9</b>	<b>-</b>	<b>29,9</b>

**Évolution du réseau de magasins de Maisons du Monde<sup>19</sup>**

En unités	Période close le			
	31-déc-18	31-mar-19	30-juin-19	30-juin-19
France	221	221	224	224
Italie	45	45	47	47
Espagne	23	23	24	24
Portugal	-	-	1	1
Belgique	22	21	21	21
Luxembourg	3	3	3	3
Allemagne	10	10	10	10
Suisse	7	7	8	8
Royaume-Uni	4	4	4	4
États-Unis	1	1	1	1
<b>Nombre de magasins</b>	<b>336</b>	<b>335</b>	<b>343</b>	<b>343</b>
<i>Ouvertures brutes</i>	+28	+3	+10	+13
<i>Fermetures</i>	(6)	(4)	(2)	(6)
<b>Ouvertures nettes</b>	<b>+22</b>	<b>(1)</b>	<b>+8</b>	<b>+7</b>
<b>Surface ('000 m<sup>2</sup>)</b>	<b>387,2</b>	<b>386,8</b>	<b>395,4</b>	<b>395,4</b>
<i>Surface ajoutée</i>	+26,8	+1,8	+10,5	+12,3
<i>Surface fermée</i>	(2,8)	(2,3)	(1,9)	(4,1)
<b>Variation nette</b>	<b>+24,0</b>	<b>(0,5)</b>	<b>+8,6</b>	<b>+8,2</b>

**Évolution du réseau de magasins de Modani**

En unités	Période close le			
	31-déc-18	31-mar-19	30-juin-19	30-juin-19
Floride	4	4	5	5
Californie	3	3	3	3
Texas	3	3	3	3
Géorgie	1	1	1	1
Illinois	1	1	1	1
New York	1	1	1	1
New Jersey	-	1	1	1
<b>Nombre de magasins</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>15</b>
<b>Ouvertures nettes</b>	<b>+3</b>	<b>+1</b>	<b>+1</b>	<b>+2</b>

\*\*\*

<sup>19</sup> Excluant les magasins franchisés.

## GLOSSAIRE

- **Sales:** Les ventes correspondent aux revenus générés par la vente d'articles de décoration et de meubles, réalisées en magasin, sur le site Internet et par l'intermédiaire des activités B2B du Groupe. Elles excluent principalement la participation des clients aux frais de livraison, le chiffre d'affaires relatif aux prestations de services logistiques fournies à des tiers, et les revenus de franchise.
- **Croissance des ventes à périmètre constant :** La croissance des ventes à périmètre constant correspond au pourcentage d'évolution des ventes réalisées en magasin, sur le site Internet et par l'intermédiaire des activités B2B du Groupe à périmètre de consolidation stable entre un exercice (n) et l'exercice précédent comparable (n-1).
- **Croissance des ventes à périmètre comparable :** La croissance des ventes à périmètre comparable correspond au pourcentage d'évolution des réalisées en magasin, sur le site Internet et par l'intermédiaire des activités B2B du Groupe entre un exercice (n) et l'exercice précédent comparable (n-1), à l'exclusion des magasins ouverts ou fermés au cours des deux périodes comparées. Les ventes attribuables aux magasins qui ont fermé temporairement pour travaux pendant l'une ou l'autre des périodes comparées sont incluses.
- **Marge brute :** La marge brute est définie comme les ventes diminuées du coût des biens vendus. Elle s'exprime également sous forme de pourcentage des ventes.
- **EBITDA :** L'EBITDA est défini comme étant le résultat opérationnel courant, après exclusion des dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations, de la variation de la juste valeur des instruments financiers dérivés, et des charges encourues avant l'ouverture des nouveaux magasins. L'EBITDA semestriel est défini de la même façon que l'EBITDA annuel, si ce n'est qu'il exclut également, pro rata temporis sur la période, les dépenses annuelles liées aux catalogues et l'impact en année pleine d'IFRIC 21 sur la comptabilisation de certaines taxes, qui ont été intégralement enregistrés au premier semestre.
- **EBIT:** L'EBIT est défini comme l'EBITDA après prise en compte des dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations.
- **Endettement net :** L'endettement net correspond au total de l'emprunt obligataire convertible (« OCEANE »), de la ligne de crédit à long terme, des facilités de crédit renouvelables, des dettes de location, des dépôts et cautionnements, et des découverts bancaires, moins la trésorerie et équivalents de trésorerie (hors découverts bancaires).
- **Levier financier :** Le levier financier est calculé en divisant l'endettement net par l'EBITDA des douze derniers mois (incluant Modani sur une base pro forma pour la période close le 30 juin 2018, hors dettes relatives à l'*earn-out* et à l'option de vente au 30 juin 2019 et hors dettes relatives à l'option de vente au 30 juin 2019).
- **Indicateurs financiers avant impact IFRS 16 :** Le Groupe a adopté la nouvelle norme IFRS 16 le 1<sup>er</sup> janvier 2019 et a décidé d'appliquer la méthode rétrospective simplifiée. En conséquence, les données des exercices antérieurs sont présentées conformément aux méthodes comptables appliquées précédemment, telles que présentées dans les états financiers consolidés pour l'exercice clos le 31 décembre 2018. Afin de faciliter la comparaison avec les périodes précédentes, le Groupe présente des indicateurs financiers avant impact IFRS 16, incluant l'EBITDA, l'EBIT, le résultat net, le flux de trésorerie disponible et l'endettement net.

\*\*\*

## Calendrier financier<sup>20</sup>

**30 octobre 2019** Ventes du T3 2019 (communiqué de presse et conférence téléphonique après bourse)

\*\*\*

### **Avertissement : Déclarations Prospectives**

*Ce communiqué de presse contient certaines déclarations qui constituent des « déclarations prospectives », y compris notamment les énoncés annonçant ou se rapportant à des événements futurs, des tendances, des projets ou des objectifs, fondés sur certaines hypothèses ainsi que toutes les déclarations qui ne se rapportent pas directement à un fait historique ou avéré. Ces déclarations prospectives sont fondées sur les anticipations et convictions actuelles de l'équipe dirigeante et sont soumises à un certain nombre de risques et incertitudes, en conséquence desquels les résultats réels pourraient différer sensiblement des résultats prévisionnels évoqués explicitement ou implicitement par les déclarations prospectives. Par conséquent, aucune garantie n'est donnée sur le fait que ces énoncés ou prévisions se réaliseront ou que les objectifs de résultats seront atteints. Les énoncés prospectifs figurant dans le présent communiqué de presse sont valables uniquement à la date de leur publication et ne donneront lieu à aucune mise à jour ou révision. Pour plus d'informations sur ces risques et incertitudes, vous pouvez consulter les documents déposés par Maisons du Monde auprès de l'Autorité des marchés financiers.*

\*\*\*

### **À propos Maisons du Monde**

Maisons du Monde est un créateur d'univers originaux dans le secteur de l'aménagement de la maison, offrant une gamme unique de meubles et d'objets de décoration à des prix abordables, déclinés en différents styles. Le Groupe développe ses activités grâce à une approche omnicanale intégrée et complémentaire, s'appuyant sur son réseau international de magasins, ses sites Internet et ses catalogues. Fondé en France en 1996, le Groupe a opéré une expansion rentable de ses activités à travers l'Europe depuis 2003. Les ventes du Groupe ont atteint 1 111 millions d'euros en 2018, et son EBITDA était de 148 millions d'euros. Au 31 décembre 2018, le Groupe exploitait un réseau de 336 magasins dans neuf pays –France, Italie, Espagne, Belgique, Luxembourg, Allemagne, Suisse, États-Unis et Royaume-Uni–, et a généré 40% de ses ventes hors de France. Le Groupe a également réussi l'intégration d'une plateforme de e-commerce complète et complémentaire, dont les ventes ont progressé de plus de 30% en moyenne par an de 2010 à 2018. Cette plateforme, qui a représenté 23% des ventes du Groupe en 2018, est disponible dans les neuf pays d'implantation des magasins, ainsi qu'en Autriche, aux Pays-Bas et au Portugal. En 2018, le Groupe a pris une participation majoritaire de 70% dans Modani, une enseigne d'ameublement présente aux États-Unis au travers de ses magasins et de son activité e-commerce. Modani, fondée en 2007, est une enseigne aspirationnelle d'art de vivre, qui propose une gamme unique de meubles modernes, contemporains et des années 1950 de qualité et à des prix abordables, avec une présence sur tout le territoire américain grâce à un réseau de 13 magasins.

[corporate.maisonsdumonde.com](http://corporate.maisonsdumonde.com)

\*\*\*

### **Contacts**

#### **Relations Investisseurs**

Laurent Sfaxi – +33 2 51 71 52 07

[lsfaxi@maisonsdumonde.com](mailto:lsfaxi@maisonsdumonde.com)

#### **Relations Presse**

Clémentine Prat – +33 2 51 79 54 08

[cprat@maisonsdumonde.com](mailto:cprat@maisonsdumonde.com)

---

<sup>20</sup> Calendrier indicatif.