

**MAISONS DU MONDE : POINT SUR L'ACTIVITE DE L'ANNEE 2021<sup>1</sup>****Solide performance commerciale  
Objectif de croissance des ventes dépassé**

- **Ventes de l'exercice supérieures à l'objectif : 1 307 millions d'euros, +15,1 %<sup>1</sup> vs 2020 (sans Modani), +13,4 % APC<sup>2</sup>, +10,7 % vs 2019**
  - **4<sup>e</sup> trimestre : 369 millions d'euros, +3,3 %<sup>1</sup> vs 2020, +0,8 % APC<sup>2</sup>**
- **Ventes en ligne totales : 435 millions d'euros, 33,3 % du total des ventes, +13,1 % vs 2020**
- **La marketplace a généré 60 millions d'euros en 2021, soit 12,5 % du volume d'affaires en ligne total<sup>3</sup>**
- **357 magasins en fin d'année, contre 352 fin 2020**
- **Objectifs d'EBIT et de flux de trésorerie disponible 2021 confirmés**

NANTES – 27 Janvier 2022, 07:00 CET – [Maisons du Monde](#) (Euronext Paris: MDM; ISIN: FR0013153541), le leader européen de collections originales et accessibles d'articles de décoration et de mobilier pour la maison, annonce aujourd'hui ses ventes estimées et non-auditées pour le quatrième trimestre et le second semestre et l'exercice 2021.

Julie Walbaum, Directrice Générale, a déclaré : « *Je suis ravie de notre performance commerciale en 2021, qui dépasse l'objectif que nous avons revu à la hausse en octobre dernier. Tout au long de l'année, le talent et l'engagement sans faille de nos équipes nous ont permis de relever les défis exceptionnels soulevés par la pandémie et les perturbations de la chaîne d'approvisionnement. Nos clients ont une fois de plus confirmé leur attachement à notre marque pendant la période des fêtes de fin d'année, confortant le positionnement de la marque Maisons du Monde comme enseigne de référence en termes de décoration et de cadeaux dans l'air du temps et abordables. Alors que nous entamons 2022, je suis convaincue que notre capacité à nous adapter constamment au contexte global avec rapidité et efficacité, tout en poursuivant notre agenda stratégique, nous permettra de mener à bien nos ambitieux projets de croissance.* »

**Faits marquants de l'année 2021**

Le début de l'année a été impacté par les fermetures de magasins imposées par les autorités publiques, mais l'activité en magasin a regagné du terrain à partir de la mi-mai. Sous l'impulsion de collections performantes, Maisons du Monde a enregistré en 2021 une croissance sur tous ses canaux, zones géographiques et catégories.

Avec une base de clients actifs atteignant 7,5 millions fin 2021, le nombre de nouveaux clients a augmenté de 30 % sur l'année, témoignant d'un solide attachement à la marque. Pour la 5<sup>e</sup> année consécutive, les clients français ont classé Maisons du Monde au 2<sup>e</sup> rang de leurs marques préférées d'articles de décoration et de mobilier pour la maison. Maisons du Monde a également intégré le Top 10 des marques préférées des clients en termes de responsabilité sociétale et environnementale, tous secteurs confondus (source : OC&C).

**<sup>1</sup> Rappel : note méthodologique**

Suite au désengagement de Modani début novembre 2021, le Groupe applique la norme IFRS 5 à ses comptes de l'exercice, ce qui exclut Modani de la performance de l'exercice. À des fins de comparaison, les chiffres de 2020 ont été retraités en conséquence. En incluant Modani jusqu'à la date de clôture, la croissance des ventes de l'exercice 2021 atteint 15,5 %. Cf. Annexe pour plus de détails.

<sup>2</sup> APC : à périmètre comparable – La croissance des ventes à périmètre comparable correspond au pourcentage d'évolution des ventes réalisées en magasin, sur les sites 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.

<sup>3</sup> Volume d'affaires - représente la somme (i) des ventes de Maisons du Monde à l'exclusion de celles de la marketplace et (ii) du montant facturé aux clients de Maisons du Monde achetant des produits de la marketplace.

**Les ventes de l'exercice 2021** se sont élevées à 1 306,8 millions d'euros, soit une progression de 15,1 % vs 2020 (+13,4 % APC<sup>2</sup>) et de +10,7 % par rapport à 2019. Les ventes du second semestre ont atteint 672 millions d'euros (+0,8 % vs 2020, +5,6 % par rapport au S2 2019) et les ventes du T4 se sont élevées à 369.0 millions d'euros, en hausse de 3,3 % vs 2020, et de + 1,1 % par rapport au T4 2019.

Pour rappel, le Groupe estime que le total des ventes perdues suite aux mesures de restrictions liées au Covid-19 au S1 2021 a atteint 45 millions d'euros (-60 millions d'euros en magasin, +15 millions d'euros en ligne). En 2020, le total des ventes perdues suite aux mesures de restrictions liées au Covid-19 s'était élevé à 160 millions d'euros (-190 millions d'euros en magasin, +30 millions d'euros en ligne), dont 110 millions d'euros au S1 et 50 millions d'euros au T4.

#### Par catégorie :

Les **ventes de décoration** ont progressé de 18,2 %, à 766,1 millions d'euros. La demande a été forte dans cette catégorie et Maisons du Monde a enregistré de bons résultats grâce à la gestion rigoureuse, mais agile des approvisionnements tout au long de l'année, ce qui a entre autres permis d'assurer la période des fêtes de Noël.

Les **ventes de meubles** ont atteint 540,7 millions, en hausse de 11,0 %. Les collections ont bien tiré leur épingle du jeu, comme l'illustre le succès des produits en stock, mais la catégorie a été pénalisée au second semestre par une disponibilité limitée et des délais de livraison plus longs.

Dans l'ensemble, en dépit d'importantes perturbations du fret et de la pression générale sur la chaîne d'approvisionnement, les niveaux de stocks en fin d'exercice se sont améliorés par rapport à la fin de l'année 2020. Ils demeurent toutefois sous-optimaux.

#### Par canal :

Les **ventes en ligne** ont augmenté de 13,1 % pour atteindre 435,5 millions d'euros, soit 33 % des ventes totales. Cette performance est un excellent résultat si l'on considère que le niveau de 2020 constituait un niveau exceptionnellement élevé pour le commerce en ligne, dans la mesure où une partie de l'activité des magasins a basculé vers l'e-commerce lors des confinements. Sur l'année 2021, la part des nouveaux clients en ligne a grimpé de 30,0 %. La montée en puissance des ventes de la *marketplace* s'est poursuivie à un rythme élevé, et le volume d'activité total a atteint 61 millions d'euros. Au 31 décembre 2021, plus de 760 marques étaient proposées, représentant environ 95 000 références, avec un taux de satisfaction des clients toujours élevé, supérieur à 4 sur 5.

Les **ventes en magasin** ont gagné 16,1 % pour atteindre 871,3 millions d'euros. Les magasins ont attiré un nombre croissant de nouveaux clients (+26 % sur l'année). La part des clients omnicanaux a progressé de 16 %.

En 2021, Maisons du Monde a procédé à 21 ouvertures de magasins et 16 fermetures dont :

- 3 ouvertures de magasins en France, 6 en Espagne et 12 dans le reste de l'Europe
- 12 fermetures de magasins en France, 3 en Espagne et 1 en Italie

Fin décembre 2021, le nombre total de magasins s'élevait à 357, un niveau comparable à celui de fin 2020 (352) et fin 2019 (358) pour une surface totale de 433 000 m<sup>2</sup> (+3 % par rapport à 2020 et +4 % par rapport à 2019).

#### Par zone géographique :

Les **ventes en France** ont atteint 701,4 millions d'euros, en progression de 11,7 % par rapport à 2020. La croissance a été dynamisée par une accélération de l'activité en ligne, sous l'effet du rapide développement de la *marketplace* et d'un taux d'ouverture magasin plus élevé qu'en 2020 (84 % en 2021 contre 76 % en 2020).



Les **ventes internationales** ont totalisé 604,9 millions d'euros, en hausse de 19,2 %, soit 46 % des ventes totales. L'activité a été particulièrement soutenue en Espagne et en Italie en 2021, avec des taux de croissance de près de 25 % en glissement annuel. L'année 2021 a été marquée par l'ouverture du premier magasin en Autriche et par la montée en puissance du Portugal, avec 2 ouvertures de magasins. À l'échelle internationale, les magasins ont été ouverts 85 % du temps contre 78 % en 2020, ce qui a également contribué à l'essor des ventes.

\*\*\*

### Gouvernance

Lors de sa réunion en date du 26 janvier 2022, le Conseil d'administration de Maisons du Monde, sur recommandation de son Comité des Nominations et des Rémunérations, a coopté Monsieur Victor Herrero en qualité d'Administrateur indépendant, consécutivement à la démission de Monsieur Peter Child.

L'ensemble du Conseil d'administration a chaleureusement remercié Monsieur Peter Child pour son rôle éminent au sein du Conseil, qu'il avait présidé depuis son arrivée en mars 2020 comme administrateur jusqu'en juin 2021.

Victor Herrero apporte une connaissance approfondie et internationale de l'industrie de la mode grâce à ses 25 années d'expérience auprès de marques de mode et de *lifestyle* renommées et sur les plus grands marchés du monde. Victor Herrero est de nationalité espagnole et est titulaire d'un MBA de la Kellogg School of Management et d'un BA en administration des affaires de l'ESCP Europe.

Il siègera au Conseil pour la durée restant à courir du mandat de Monsieur Peter Child, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée générale qui sera appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2022.

Conformément aux dispositions légales et réglementaires applicables, la cooptation par le Conseil d'administration de Monsieur Victor Herrero en qualité d'Administrateur sera soumise à ratification lors de la prochaine Assemblée générale des actionnaires.

\*\*\*

Les résultats financiers pour l'ensemble de l'année 2021 seront publiés le 10 mars 2022 à 07h00 CET. La direction organisera une conférence téléphonique avec les analystes et les investisseurs le même jour à 10h00 CET.



\*\*\*

### **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 de Maisons du Monde**

Maisons du Monde, une marque au positionnement unique et très apprécié dans toute l'Europe, est le leader européen de la maison inspirante et accessible. L'enseigne propose une gamme riche et constamment renouvelée de meubles et d'accessoires de décoration dans une multiplicité de styles. La créativité, l'inspiration et l'engagement sont les piliers de la marque. S'appuyant sur un modèle omnicanal hautement performant et un accès direct aux consommateurs, le Groupe réalise plus de 50 % de son chiffre d'affaires de manière digitale, à travers sa plateforme en ligne et ses ventes numériques en magasin, et exploite 350 magasins dans 9 pays européens. Fin 2020, il a lancé une marketplace sélective pour compléter son offre et devenir le lieu de destination incontournable de la maison inspirante et accessible. En novembre 2021, Maisons du Monde a dévoilé sa raison d'être : « Inspirer à chacun l'envie de s'ouvrir au monde, pour créer ensemble des lieux de vie uniques, chaleureux et durables. »

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

\*\*\*

### **Contacts**

#### **Relations Investisseurs**

Clémence Mignot-Dupeyrot

Tel : (+33) 6 20 36 93 58

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

#### **Relations Presse**

Pierre Barbe

Tel : +33 6 23 23 08 51

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

## ANNEXES

### Résumé des ventes

En millions d'euros	T4 21	T4 20	Var. T4 20-21	2021	2020	Var. 20-21
<b>Ventes</b>	<b>369,0</b>	<b>357,0</b>	<b>3,3 %</b>	<b>1 306,8</b>	<b>1 135,2</b>	<b>15,1 %</b>
% variation APC <sup>4</sup>	0,8 %	(2,6 %)		13,4 %	(6,5 %)	
<b>Ventes par catégorie de produits</b>						
Décoration	255,5	232,0	10,2 %	766,1	648,1	18,2 %
En % des ventes	69,3 %	65,0 %		58,6 %	57,1 %	
Meubles	113,4	125,0	(9,4 %)	540,7	487,1	11,0 %
En % des ventes	30,7 %	35,0 %		41,4 %	42,9 %	
<b>Ventes par canal de distribution</b>						
Réseau de magasins	286,7	244,7	17,2 %	871,3	750,3	16,1 %
En % des ventes	77,7 %	68,5 %		66,7 %	66,1 %	
Ventes en ligne	82,3	112,4	(26,8 %)	435,5	384,9	13,1 %
En % des ventes	22,3 %	31,5 %		33,3 %	33,9 %	
<b>Ventes par zone géographique</b>						
France	205,5	206,0	(0,2 %)	701,8	627,9	11,8 %
En % des ventes	55,7 %	57,7 %		53,7 %	55,3 %	
International	163,5	151,0	8,2 %	604,9	507,3	19,2 %
En % des ventes	44,3 %	42,3 %		46,3 %	44,7 %	

### Historique des ventes

(En millions d'euros)	T1 19	T2 19	T3 19	T4 19	2019	T1 20	T2 20	T3 20	T4 20	2020	T1 21	T2 21	T3 21	T4 21	2021
<b>Ventes</b>	<b>271,2</b>	<b>272,1</b>	<b>271,6</b>	<b>365,1</b>	<b>1 179,9</b>	<b>231,9</b>	<b>236,6</b>	<b>309,6</b>	<b>357,0</b>	<b>1 135,2</b>	<b>317,2</b>	<b>317,2</b>	<b>303,4</b>	<b>369,0</b>	<b>1 306,8</b>
Variation vs. N-1	+6,3 %	+10,6 %	+8,1 %	+9,6 %	+8,7 %	-14,5 %	-13,0 %	+14,0 %	-2,2 %	-3,8 %	+36,8 %	+34,0 %	-2,0 %	+3,3 %	+15,1 %
% variation à périmètre						-19,3 %	-15,3 %	+10,6 %	-2,6 %	-6,5 %	+36,5 %	+32,2 %	-4,0 %	+0,8 %	+13,4 %
<b>Répartition des ventes</b>															
Décoration	54,9 %	50,1 %	52,9 %	63,3 %	55,9 %	54,3 %	46,9 %	57,9 %	65,0 %	57,1 %	55,3 %	49,3 %	58,9 %	69,3 %	58,6 %
Meubles	45,1 %	49,9 %	47,1 %	36,7 %	44,1 %	45,7 %	53,1 %	42,1 %	35,0 %	42,9 %	44,7 %	50,7 %	41,1 %	30,7 %	41,4 %
Réseau de magasins	73,7 %	72,3 %	73,6 %	78,3 %	74,8 %	70,2 %	51,6 %	71,3 %	68,5 %	66,1 %	61,4 %	54,8 %	71,2 %	77,7 %	66,7 %
Ventes en ligne	26,3 %	27,7 %	26,4 %	21,7 %	25,2 %	29,8 %	48,4 %	28,7 %	31,5 %	33,9 %	38,6 %	45,2 %	28,8 %	22,3 %	33,3 %
France	57,6 %	55,6 %	55,8 %	58,5 %	57,0 %	55,0 %	52,7 %	54,8 %	57,7 %	55,3 %	57,2 %	47,5 %	54,1 %	55,7 %	53,7 %
International	42,4 %	44,4 %	44,2 %	41,5 %	43,0 %	45,0 %	47,3 %	45,2 %	42,3 %	44,7 %	42,8 %	52,5 %	45,9 %	44,3 %	46,3 %

<sup>4</sup> APC : à périmètre comparable – La croissance des ventes à périmètre comparable correspond au pourcentage d'évolution des ventes réalisées en magasin, sur les sites 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.

### IFRS 5 : Retraitement de Modani

Suite à la finalisation de la cession de Modani en novembre 2021, les comptes consolidés 2021 du Groupe seront préparés conformément à la norme IFRS 5.

### Résumé des ventes

<i>En millions d'euros</i>	2021	2020	% variation
Maisons du Monde uniquement (a)	1 306,8	1 135,2	15,1 %
Modani – de janvier à la cession (Nov-21) (b)	47,1	36,7	28,2 %
<b>Maisons du Monde + Modani – de janvier à la cession (Nov-21) (a)+(b)</b>	<b>1 353,8</b>	<b>1 171,9</b>	<b>15,5 %</b>
Contribution de Modani au Groupe Maisons du Monde (c)	47,1	46,9	0,4 %
<b>Maisons du Monde (format reporting 2020) (a)+(c)</b>	<b>1 353,8</b>	<b>1 182,1</b>	<b>14,5 %</b>

### 2020 Principaux indicateurs financiers

(En millions d'euros)

	<i>Pro forma*</i> 2020	<i>Ajustements</i> <i>IFRS 5</i>	<i>Publié</i> 2020
<b>Ventes</b>	<b>1 135,2</b>	<b>(46,9)</b>	<b>1 182,1</b>
<b>Marge brute**</b>	<b>755,5</b>	<b>(23,1)</b>	<b>778,5</b>
<i>En % des ventes</i>	<i>66,5 %</i>		<i>65,9 %</i>
<b>EBITDA**</b>	<b>238,3</b>	<b>(2,0)</b>	<b>240,6</b>
<i>En % des ventes</i>	<i>21,0 %</i>		<i>20,4 %</i>
<b>EBIT**</b>	<b>89,2</b>	<b>3,0</b>	<b>86,2</b>
<i>En % des ventes</i>	<i>7,9 %</i>		<i>7,3 %</i>
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>43,1</b>	<b>59,2</b>	<b>(16,1)</b>
<b>Dette nette</b>	<b>96,4</b>	<b>(0,0)</b>	<b>96,4</b>
<b>Flux de trésorerie disponible</b>	<b>52,8</b>	<b>(1,3)</b>	<b>54,1</b>

\* hors Modani et MDM US

\*\* La marge brute, EBITDA et EBIT sont des indicateurs financiers non-IFRS et sont présentés uniquement à titre indicatif.