

ACTIVITE DU 4^{ème} TRIMESTRE ET DE L'ANNEE 2023

Ventes du 4^{ème} trimestre en baisse de -7,9%, marquant une amélioration séquentielle par rapport aux 9 mois précédents dans un environnement toujours difficile

Ventes annuelles à -9,3%, vs c.-10% guidance ajustée

- **GMV du Groupe : T4 à 367,9 M€ (-5,5% vs T4 22), Année à 1 263,9 M€ (-5,5% vs 2022)**
dont GMV de la marketplace : T4 à 49,4 M€ (+24,4% vs T4 22), Année à 176,9M€ (+45,7% vs 2022)
- **Ventes du Groupe : T4 à 329,6 M€ (-7,9% vs T4 22), Année à 1 125,4 M€ (-9,3% vs 2022)**
- **Guidance ajustée 2023 confirmée pour l'EBIT et le FCF**

DETAIL DES VENTES

(en millions d'euros)	T4 2023	T4 2022	% Variation	2023	2022	% Variation
GMV Groupe	367,9	389,1	-5,5%	1 263,9	1 337,1	-5,5%
Ventes	329,6	358,0	-7,9%	1 125,4	1 240,4	-9,3%
Ventes par catégorie de produits						
Décoration	215,2	240,3	-10,5%	648,2	719,8	-9,9%
% des ventes	65,3%	67,1%		57,6%	58,0%	
Meubles	114,5	117,8	-2,8%	477,2	520,6	-8,4%
% des ventes	34,7%	32,9%		42,4%	42,0%	
Vente par canal de distribution						
Réseau de magasins	250,8	274,9	-8,7%	815,7	880,9	-7,4%
% des ventes	76,1%	76,8%		72,5%	71,0%	
Ventes en ligne	78,8	83,2	-5,3%	309,6	359,6	-13,9%
% des ventes	23,9%	23,2%		27,5%	29,0%	
Ventes par zone géographique						
France	192,7	204,4	-5,7%	622,9	663,8	-6,2%
% des ventes	58,4%	57,1%		55,3%	53,5%	
International	137,0	153,6	-10,8%	502,5	576,6	-12,9%
% des ventes	41,6%	42,9%		44,7%	46,5%	

SAVE THE DATE – PROCHAIN EVENEMENT

- 12 mars 2024 : Présentation des résultats annuels 2023 et du plan de transformation moyen-terme

TENDANCES DU MARCHÉ ET FAITS MARQUANTS DE L'ACTIVITÉ

Au quatrième trimestre, la consommation discrétionnaire est restée atone dans toute l'Europe, dans un contexte d'inflation fluctuante et de confiance des consommateurs en berne.

Maisons du Monde a investi commercialement pour faire face à ce contexte et soutenir les ventes du 4ème trimestre.

Le Groupe a également renforcé l'exécution de son Plan 3C (Clients, Coûts et Cash) en mettant l'accent sur l'expérience client omnicanale par le biais d'initiatives nouvelles et originales :

- Participation au Black Friday pour la première fois, offrant des remises attractives qui ont conduit à des records de ventes,
- Organisation d'événements spécialement dédiés aux clients les plus fidèles, offrant une expérience d'achat unique pour découvrir de nouvelles collections, partager des cadeaux et des avantages exclusifs,
- Introduction de l'offre "Seconde Chance" en magasin, proposant des produits Maisons du Monde d'occasion ou abîmés. Cette initiative, en ligne avec l'engagement RSE de Maisons du Monde, *Good is beautiful*, a reçu le R-Award Economie Circulaire du Collectif Génération Responsable.

Le Groupe a poursuivi sa gestion proactive du portefeuille de magasins, enregistrant 4 fermetures nettes et 2 transferts vers l'affiliation au cours de la période. A fin décembre 2023, le portefeuille de magasins atteignait 340 magasins en propre, dont 18 fermetures nettes et 5 magasins affiliés, comme prévu. Ceci reflète l'engagement de Maisons du Monde à allouer efficacement le capital et à adopter une approche disciplinée de la gestion de sa trésorerie.

DETAIL DES VENTES DU QUATRIEME TRIMESTRE 2023

Au 4^{ème} trimestre 2023, **les ventes du Groupe** ont atteint 329,6 millions d'euros, reflétant une baisse de -7,9% vs T4 22, et marquant une amélioration séquentielle par rapport aux 9 mois précédents.

Les ventes en ligne se sont élevées à 78,8 millions d'euros, enregistrant une légère baisse de -5,3% vs T4 22. La dynamique du Black Friday a permis d'améliorer la tendance des ventes en ligne par rapport aux périodes précédentes. La marketplace en France, en Espagne, en Italie et, depuis le troisième trimestre, en Allemagne ont connu une forte croissance (GMV Marketplace en ligne : +24%).

Les ventes en magasin ont baissé de -8,7% vs T4 22 pour atteindre 250,8 millions d'euros, la France affichant une performance comparativement meilleure que les autres zones géographiques. Une plus grande disponibilité des produits et des initiatives commerciales attrayantes ont permis d'améliorer les taux de conversion.

Les ventes de décoration ont baissé de -10,5% vs T4 22 (215,2 millions d'euros). D'autre part, les ventes de meubles ont enregistré une meilleure performance, avec une baisse de -2,8% (€114,5 millions) grâce à la disponibilité des produits, aux initiatives promotionnelles, à la livraison gratuite et aux paiements échelonnés sans frais.

Sur le plan géographique, **les ventes en France** se sont élevées à 192,7 millions d'euros et ont continué à faire preuve d'une certaine résilience (-5,7% vs T4 22), notamment grâce à la mise en œuvre des premières initiatives locales en matière de marketing et de merchandising.

Les ventes à l'international ont totalisé 137,0 millions d'euros (-10,8% vs T4 22), enregistrant également une amélioration séquentielle par rapport aux 9 mois précédents. Malgré une certaine amélioration, l'Allemagne est restée le marché le moins performant tandis que la péninsule ibérique a affiché la tendance la plus dynamique.

CALENDRIER FINANCIER

- 12 mars 2024 : Résultats annuels 2023 et plan de transformation moyen-terme

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 des magasins dans 9 pays européens.

corporate.maisonsdumonde.com

Contacts

Relations investisseurs

Carole Alexandre

Tel : (+33) 6 30 85 12 78

calexandre@maisonsdumonde.com

Relations presse

Pierre Barbe

Tel : (+33) 6 23 23 08 51

pbarbe@maisonsdumonde.com