

ACTIVITÉ DU TROISIÈME TRIMESTRE ET DES NEUF MOIS 2023

**Ventes du troisième trimestre : -9,4 %, conformément à la pré-annonce  
et à l'ajustement des objectifs annuels 2023 du 9 octobre dernier**

**Plan 3C renforcé pour répondre à des modes de consommation en évolution**

- **GMV du Groupe : T3 à 285,2 M€ (-6,3 % vs T3 22), 9M à 896,0 M€ (-5,5 % vs 9M 22)**
  - **GMV de la marketplace** : T3 à 42,6 M€ (+30,1 % vs T3 22), 9M à 127,6 M€ (+56,1 % vs 9M 22)
  - **GMV France** : T3 à 161,9 M€ (-3,3 % vs T3 22), 9M à 504,3 M€ (-2,2 % vs 9M 22)
- **Ventes du Groupe : T3 à 252,3 M€ (-9,4 % vs T3 22), 9M à 795,7 M€ (-9,8 % vs 9M 22)**
- **Plan 3C : Renforcer et accélérer toutes les actions**
  - **Clients** : Renforcer le plan d'action commercial du quatrième trimestre pour s'adapter au comportement des consommateurs, en introduisant des initiatives nouvelles et originales
  - **Coûts** : Renforcer davantage la sélectivité des dépenses et assurer une surperformance significative du plan d'économies pour 2023, porté de 25 millions d'euros à 35 millions d'euros.
  - **Cash** : Optimiser le besoin en fonds de roulement grâce à l'allongement des délais de paiement et la gestion des stocks, et poursuivre la rationalisation des projets afin de limiter les dépenses d'investissement pour 2023 à environ 40 millions d'euros.

**François-Melchior de Polignac, Directeur Général, a commenté :**

*"L'évolution de l'environnement de consommation à laquelle Maisons du Monde est confrontée depuis le mois d'août nous a conduit il y a quelques semaines à ajuster nos objectifs pour l'ensemble de l'année 2023.*

*Dans ce contexte, toutes les équipes s'emploient à capitaliser sur notre plan 3C et à intensifier nos efforts sur ses trois dimensions : Clients, Coûts et Cash.*

*Le Groupe devrait également bénéficier de l'arrivée de Christophe Lapotre, Directeur du Réseau, et de Guillaume Lesouef, Directeur Marketing, Offre et Engagements RSE, pour contribuer à porter notre efficacité commerciale à un niveau supérieur.*

*La transition de Maisons du Monde vers une organisation davantage axée sur le client et la rentabilité posera les bases de notre plan de transformation qui sera communiqué au premier trimestre 2024."*

**Conférence téléphonique pour les investisseurs et les analystes**

Date : 26 octobre 2023 à 9h00 CET

Intervenants : François-Melchior de Polignac, Directeur Général et Gilles Lemaire, Directeur Financier par intérim

Détails de la connexion :

- Webcast : <https://edge.media-server.com/mmc/p/qn27in5t>
- Conférence téléphonique : <https://register.vevent.com/register/Blee9bbbee94bb44ff1a52ce447281eb010>

## TENDANCES DU MARCHÉ ET APERÇU DES ACTIVITÉS

Depuis le mois d'août, Maisons du Monde a dû faire face à la détérioration des tendances macroéconomiques et à la baisse de la confiance des consommateurs dans toute l'Europe. Après un mois de juillet positif grâce aux soldes d'été, les tendances de consommation non alimentaire se sont fortement détériorées dans de nombreux secteurs. La confiance des consommateurs européens a commencé à décliner de nouveau à partir du mois d'août, après une année de reprise continue, alors que la hausse des prix de l'énergie et des denrées alimentaires suscitait les craintes d'inflation. En France, l'inflation a augmenté en août et en septembre par rapport à juillet, affectant le pouvoir d'achat des consommateurs. Dans ce contexte, le secteur de la maison et de l'ameublement a subi de plein fouet l'effet de la réduction des dépenses discrétionnaires des consommateurs, se traduisant par une baisse du trafic à la fois dans les magasins et en ligne.

## AJUSTEMENT DES OBJECTIFS ANNUELS 2023 LE 9 OCTOBRE

Dans ce contexte, Maisons du Monde a ajusté ses objectifs financiers pour 2023 par communiqué en date du 9 octobre :

	Guidance ajustée	Guidance initiale
<b>VENTES</b>	En baisse de c. -10%	En baisse "low-to-mid single digit", avec une amélioration séquentielle au H2 vs H1
<b>EBIT</b>	Entre 40M€ et 50M€	Entre 65M€ et 75M€
<b>FCF</b>	Entre 20M€ et 30M€	Entre 40M€ et 50M€
<b>DIVIDENDE</b>	Taux de distribution entre 30 et 40%	

## ANNULATION DES ACTIONS RACHETÉES DANS LE CADRE DU PROGRAMME DE RACHAT D'ACTIONS ACHEVÉ FIN JUIN 2023

Le 30 juin 2023, Maisons du Monde a entièrement achevé son deuxième programme de rachat d'actions, lancé le 29 juillet 2022. Le groupe a racheté 4 098 809 actions à un prix de marché moyen de 10,17 €. Une première annulation de 2 300 000 actions a été effectuée en mars 2023, suivie d'une réduction de capital.

Le Conseil d'administration du 25 octobre 2023 a approuvé l'annulation de 1 798 809 actions supplémentaires. La réduction de capital sera effectuée le 27 octobre 2023.

Le capital social de Maisons du Monde S.A. sera alors composé de 39 189 288 actions.

## PROCHAIN REMBOURSEMENT DES OBLIGATIONS CONVERTIBLES

Maisons du Monde procédera au remboursement des 200 millions d'euros d'obligations convertibles émises en 2017 et arrivant à échéance le 6 décembre 2023, et s'effectuera par le biais des facilités de crédit senior et des disponibilités du Groupe.

Pour rappel, Maisons du Monde a obtenu avec succès auprès de ses banques, des facilités de crédit d'environ 250 millions d'euros en avril 2022, et en juin 2023, a augmenté ce montant à près de 300 millions d'euros avec une extension de la maturité jusqu'en avril 2028. La position de trésorerie et d'équivalents de trésorerie du Groupe au 30 juin 2023 était de 100 millions d'euros.

## PERFORMANCE DES VENTES DU TROISIEME TRIMESTRE ET DES NEUF PREMIERS MOIS 2023

Résumé des ventes (En million d'euros)	T3 23	T3 22	% Variation	9M 2023	9M 2022	% Variation
<b>GMV GROUPE</b>	<b>285,2</b>	<b>304,3</b>	<b>-6,3%</b>	<b>896,0</b>	<b>948,0</b>	<b>-5,5%</b>
<b>Ventes</b>	<b>252,3</b>	<b>278,5</b>	<b>-9,4%</b>	<b>795,7</b>	<b>882,4</b>	<b>-9,8%</b>
<i>Ventes à périmètre comparable</i>	<i>-10,6%</i>	<i>-10,1%</i>		<i>-11,2%</i>	<i>-8,1%</i>	
<b>Ventes par catégorie de produits</b>						
Décoration	143,7	159,0	-9,6%	433,1	479,5	-9,7%
<i>% des ventes</i>	<i>57,0%</i>	<i>57,1%</i>		<i>4,4%</i>	<i>54,3%</i>	
Meubles	108,6	119,5	-9,1%	362,7	402,9	-10,0%
<i>% des ventes</i>	<i>43,0%</i>	<i>42,9%</i>		<i>45,6%</i>	<i>45,7%</i>	
<b>Ventes par canal de distribution</b>						
Réseau de magasins	182,7	198,9	-8,2%	564,9	606,0	-6,8%
<i>% des ventes</i>	<i>72,4%</i>	<i>71,4%</i>		<i>71,0%</i>	<i>68,7%</i>	
Ventes en ligne	69,7	79,6	-12,4%	230,8	276,4	-16,5%
<i>% des ventes</i>	<i>27,6%</i>	<i>28,6%</i>		<i>29,0%</i>	<i>31,3%</i>	
<b>Ventes par zone géographique</b>						
France	138,6	146,8	-5,6%	430,2	459,4	-6,4%
<i>% des ventes</i>	<i>54,9%</i>	<i>52,7%</i>		<i>54,1%</i>	<i>52,1%</i>	
International	113,8	131,7	-13,6%	365,5	423,0	-13,6%
<i>% des ventes</i>	<i>45,1%</i>	<i>47,3%</i>		<i>45,9%</i>	<i>47,9%</i>	

### GMV et ventes du troisième trimestre

La **GMV du Groupe** est ressortie à 285,2 millions d'euros, en baisse de -6,3 % vs T3 22, y compris la GMV en ligne représentant 35,0 % du total à 99,8 millions d'euros. La **GMV de la marketplace** se sont élevées à 42,6 millions d'euros, en hausse de +30,1 %, dont 3,7 millions d'euros dans les magasins et 38,9 millions d'euros en ligne.

Les **ventes** se sont élevées à 252,3 millions d'euros, en baisse de -9,4 % vs 9M 22, tandis que la consommation s'est encore détériorée au troisième trimestre 2023.

### Détail des ventes du troisième trimestre 2023

#### **Ventes par canal**

Les **ventes en ligne** se sont élevées à 69,7 millions d'euros, en baisse de -12,4 % vs T3 22.

Les ventes en ligne en France ont fait preuve d'une certaine résilience en comparaisons à d'autres pays, notamment grâce à la croissance continue de la marketplace. En effet, la marketplace a continué à se développer dans ses trois pays, la France, l'Espagne et l'Italie, permettant de mieux répondre aux besoins des clients tout en augmentant la rentabilité de nos opérations en ligne.

En revanche, l'Allemagne a fortement contribué à la baisse des ventes en ligne, en raison d'une approche axée le ROI des investissements marketing sur l'ensemble de nos marchés. Sur ce marché, le lancement de la marketplace en août et la montée en puissance progressive des marques locales devraient améliorer l'attractivité globale le trafic et la résilience des ventes du site web de Maisons du Monde.

**Les ventes en magasin** se sont élevées à 182,7 millions d'euros, en baisse de -8,2 % par rapport au T3 22. Cette baisse a été moins prononcée en France, qui a mieux résisté que les autres zones géographiques. Poursuivant la gestion active de son réseau de magasins, le Groupe a fermé 6 magasins et en a transféré un à un partenaire affilié sur le trimestre. Au 30 septembre 2023, le Groupe exploitait 344 magasins en propre et 3 affiliés en France.

Le caractère unique de notre modèle hybride de marketplace en ligne et en magasin s'illustre également à travers la part croissante de la GMV de la marketplace générée en magasin.

## Ventes par catégorie

Les catégories de Décoration et Meubles ont connu des tendances similaires au cours du troisième trimestre.

**Les ventes de décoration** ressortent à 143,7 millions d'euros, en baisse de -9,6 % par rapport à l'année précédente, représentant 57,0 % des ventes. La catégorie décoration bénéficie d'ajustements de prix sur 400 références parmi les produits les plus attractifs. Cependant, les articles textiles ont été affectés par des conditions météorologiques inhabituelles en Europe.

**Les ventes de meubles** ont atteint 108,6 millions d'euros, en baisse de -9,1 % par rapport à l'année précédente, représentant 43,0 % des ventes.

La catégorie a bénéficié d'une disponibilité record des produits exposés en magasin et en ligne et a été soutenue par des initiatives telles que la livraison gratuite pour les commandes en ligne et les paiements fractionnés sans frais.

## Ventes par zone géographique

**Les ventes en France** ont atteint 138,6 millions d'euros, marquant une baisse de -5,6 % vs T3 22. Cette relative résilience comparée aux autres zones géographiques peut s'expliquer par la mise en place réussie de l'Appshop, la plateforme numérique innovante de Maisons du Monde en magasin, par laquelle passe 95 % des commandes, ainsi qu'un merchandising optimisé et une meilleure disponibilité des produits exposés.

**Les ventes internationales** ont atteint 113,8 millions d'euros, soit une baisse de -13,6 % vs T3 22. La Suisse a particulièrement contribué à cette baisse. En conséquence, Maisons du Monde commencera à appliquer un taux de conversion franc suisse/euro plus favorable pour sa politique de prix au quatrième trimestre, sur une grande partie de l'assortiment. L'arrêt des activités en ligne non rentables au Royaume-Uni a eu un impact de -2,2 millions d'euros sur les ventes.

---

## Calendrier financier

25 janvier 2024

Chiffre d'affaires du quatrième trimestre et de l'exercice 2023

### 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.*

# MAISONS DU MONDE

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

## Contacts

### Relations investisseurs

Carole Alexandre

Tel : (+33) 6 30 85 12 78

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

### Relations presse

Pierre Barbe

Tel : (+33) 6 23 23 08 51

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