

MAISONS DU MONDE : VENTES DU PREMIER TRIMESTRE 2020

- **Ventes totales de 244 millions d'euros au premier trimestre (-13,1 % par rapport à l'année précédente; -18,8% à périmètre comparable), affectées par les grèves et le Covid-19**
- **Accélération des commandes en ligne en valeur pendant le confinement : en hausse de plus de 50% en avril**
- **Plan de préservation du cash et d'optimisation des coûts mis en œuvre**
- **Situation de trésorerie solide au 31 mars 2020 : 222 millions d'euros**
- **Optimisation du réseau de magasins : 5 fermetures nettes au T1 et un objectif sur l'année de 5 à 10 fermetures nettes**

NANTES – 13 Mai 2020, 17h45 CET – 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 ventes du premier trimestre 2020.

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

« Après une solide performance en 2019, l'activité du premier trimestre 2020 de Maisons du Monde a été fortement impactée par l'expansion de la pandémie de Covid-19, qui nous a conduit avant tout à nous concentrer sur la protection de la santé de nos équipes et de nos clients.

Les mesures de confinement ayant entraîné la fermeture progressive de tous nos magasins européens à partir du 17 mars et de nos magasins américains à partir du 3 avril, ceux-ci n'ont généré quasiment aucun revenu à partir de la mi-mars. Nous avons pu compenser cela par une forte progression de nos commandes en ligne.

Le Groupe a terminé le premier trimestre avec une situation de trésorerie solide, avec 222 millions d'euros de trésorerie disponible, renforcée par le recours à nos deux facilités de crédit renouvelables (FCR) en mars pour un montant cumulé de 150 millions d'euros.

Nous avons mis en œuvre des mesures substantielles visant à réduire les coûts de fonctionnement des magasins et du siège du Groupe. Ces mesures comprennent le recours au chômage partiel pour 85 % de nos salariés pendant la période de fermeture des magasins, le gel de tous les recrutements et de toutes les augmentations de salaire, et la suppression des dépenses discrétionnaires. Nous avons aussi substantiellement réduit nos investissements et décalé notre planning d'ouverture de magasins pour préserver notre trésorerie et nous adapter à ce nouvel environnement. Parallèlement, nous avons décidé de maintenir des projets essentiels de notre plan stratégique, tels que le lancement de notre marketplace et notre projet d'entrepôt dans le nord de la France.

Nous entamons la réouverture de nos magasins et notre chaîne d'approvisionnement devrait être pleinement opérationnelle d'ici la fin du mois de juin. Nous prévoyons que l'impact de la fermeture des magasins au deuxième trimestre soit partiellement compensé par la poursuite d'une solide performance de nos ventes en ligne dans tous nos pays. La valeur des commandes en ligne a augmenté de plus de 50% en avril par rapport à la même période l'an passé, ce qui se traduira dans nos ventes une fois que celles-ci auront été livrées, principalement au deuxième trimestre

Nous ne savons pas à ce jour quel impact durable aura cette période exceptionnelle sur le comportement des consommateurs. Bien que la visibilité pour le reste du mois de mai et du mois de juin soit très limitée, les ventes du deuxième trimestre 2020 sont attendues significativement en baisse par rapport au même trimestre de l'an

dernier. Nous attendons un EBITDA (IFRS 16) du premier semestre 2020 positif, même si en baisse importante par rapport à la même période l'an dernier, avec une contraction plus forte que celle des ventes.

Bien que les défis à court terme soient importants, j'ai la ferme conviction que nous sortirons de cette période difficile avec des fondamentaux renforcés. La combinaison d'un modèle de plus en plus digital et fondé sur les données, d'une gestion dynamique de notre portefeuille de magasins, d'une marque forte et d'un engagement RSE authentique positionnera Maisons du Monde comme l'un des distributeurs les plus adaptés au nouvel environnement de consommation post-Covid-19. »

Activité T1 2020

Maisons du Monde a réalisé des ventes totales de 243,7 millions d'euros, en baisse de 13,1% par rapport à l'année précédente à taux de change courants en incluant Modani (11,3 millions d'euros, +26,8% par rapport à l'année précédente) et en baisse de 18,8% à périmètre comparable, reflétant le fort impact des grèves du début de l'année puis de la pandémie de Covid-19 à partir de la mi-mars. Nous estimons que le confinement lié au Covid-19 a effacé de l'ordre de 40 millions d'euros de ventes au premier trimestre.

- Les ventes en magasin (71 % des ventes du 1er trimestre 2020) sont restées globalement stables jusqu'à la mi-mars, malgré les difficultés persistantes de la chaîne d'approvisionnement, dues principalement à la grève des dockers français. En raison des mesures de confinement du Covid-19 imposées par les gouvernements dans toute l'Europe, la plupart des magasins européens de Maisons du Monde ont été fermés à partir du 17 mars, et l'ensemble du réseau de magasins a été fermé à compter du 19 mars. Tous les magasins Modani aux États-Unis ont été fermés à partir du 3 avril. En conséquence, les ventes des magasins ont fini en baisse de 16,6 % au premier trimestre.

Résumé des ventes (En millions d'euros)	1T20	1T19	% variation
Ventes	243,7	280,3	-13,1 %
% variation à périmètre comparable	-18,8 %	+6,4 %	
Ventes par zone géographique			
France	127,4	156,3	-18,5 %
International	116,2	124,0	-6,2 %
France (%)	52,3 %	55,8 %	
International (%)	47,7 %	44,2 %	
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	173,5	208,1	-16,6 %
Ventes en ligne	70,2	72,2	-2,7 %
dont Rhinov	0,7		
Réseau de magasin (%)	71,2 %	74,2 %	
Ventes en ligne (%)	28,8 %	25,8 %	
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	126,0	149,2	-15,5 %
Meubles	117,7	131,1	-10,2 %
Décoration (%)	51,7 %	53,2 %	
Meubles (%)	48,3 %	56,8 %	

- Les commandes en ligne¹ en valeur ont augmenté de 12 % au cours du premier trimestre. Les ventes correspondantes¹ (29% des ventes du 1er trimestre 2020) sont restées globalement stables (-2,7%), à nouveau impactées par les problèmes de la chaîne d'approvisionnement décrits ci-dessus, notamment la présence fortement réduite de collaborateurs dans notre entrepôt pour expédier nos commandes en ligne en mars, en raison des mesures de confinement. L'accroissement des commandes devrait se traduire par une croissance des ventes une fois qu'elles auront été livrées et enregistrées dans nos comptes.

En ce qui concerne le plan de développement des magasins de Maisons du Monde, le Groupe a décidé de réduire et de reporter les ouvertures de magasins au quatrième trimestre 2020 ou à 2021, dans le cadre des mesures de protection de la trésorerie. Au cours du premier trimestre, Maisons du Monde a ouvert un magasin à Strasbourg, en France, et Modani a ouvert un magasin près de l'aéroport JFK à New York. Six magasins Maisons du Monde ont été fermés en France et un en Belgique. Une ouverture de magasin précédemment prévue à Paris a été reportée du premier au deuxième trimestre. Modani reportera également toute nouvelle expansion du réseau cette année après une deuxième ouverture au deuxième trimestre.

Une structure financière solide

L'endettement net du groupe s'élevait à 814 millions d'euros au 31 mars 2020, contre 805 millions d'euros au 31 décembre 2019, ce qui reflète :

- Une dette brute de 1 042 millions d'euros au 31 mars 2020 (899 millions d'euros au 31 décembre 2019), comprenant principalement des dettes de location de 658 millions d'euros et une obligation convertible de 183 millions d'euros, ainsi que des retraits sur les deux facilités de crédit renouvelables pour un montant de 150 millions d'euros ;
- La trésorerie (222 millions d'euros) et les équivalents de trésorerie s'élevaient à 229 millions d'euros au 31 mars 2020, contre 95 millions d'euros au 31 décembre 2019.

Endettement net (En millions d'euros)	31 mars 2020	31 déc 2019
Emprunt obligataire convertible (OCEANE)	183,2	182,1
Ligne de crédit à long terme	50,0	49,8
Facilités de crédit renouvelables	149,7	(0,4)
Autres emprunts ²	1,9	1,7
Passifs de location	657,6	666,2
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(228,9)	(94,5)
Endettement net	813,5	804,9

Préservation de la trésorerie et réduction des coûts

Comme annoncé le 16 avril 2020, afin d'atténuer l'impact de la pandémie de Covid-19 sur ses résultats financiers, le groupe a mis en place un programme strict de préservation de la trésorerie et de réduction des coûts, comprenant :

- Mise au chômage partiel de plus de 85 % des salariés de Maisons du Monde et, chez Modani, la mise au chômage temporaire d'environ 45 % des salariés ainsi que la réduction d'environ 20 % des effectifs

¹ Commandes en ligne : i) paiement collecté au moment de la commande ; ii) comptabilisées comme ventes au moment de l'expédition au client.

² Incluant d'autres emprunts, dépôts et garanties, et découverts bancaires

- Gel des plans de recrutement et des augmentations salariales individuelles, ainsi qu'un moindre recours au travail intérimaire
- Réduction de salaire des dirigeants: Directrice générale -25 %, Conseil d'administration -25 %, Comité exécutif -15 % (avril et mai)
- Négociation de tous les paiements de loyers avec les bailleurs
- Mise en place d'un programme substantiel de réduction des dépenses d'exploitation, notamment :
 - réduction des frais de prestataires
 - suppression des dépenses discrétionnaires
 - réduction au strict minimum des déplacements professionnels après la période de confinement
 - rationalisation des coûts d'entretien des magasins, et
 - réduction et réaffectation des coûts de marketing.
- Optimisation du fonds de roulement en diminuant les commandes de meubles et de décoration pour le reste de l'année et en renégociant les conditions de paiement avec les fournisseurs.
- Annulation ou report d'un nombre important de projets d'investissement (ouvertures et rénovations de magasins, investissements logistiques, projets informatiques, etc.)
- Annulation du versement du dividende au titre de 2019

Priorités commerciales pour 2020, situation actuelle et perspectives

Priorités commerciales et opérationnelles

Pour le reste de l'année 2020, les priorités commerciales du Groupe sont les suivantes :

- Rouvrir progressivement le réseau de magasins de Maisons du Monde en Europe et de Modani aux Etats-Unis avec une montée en puissance progressive de l'activité et une configuration adaptée du personnel en magasin. Les deux magasins de Maisons du Monde aux Etats-Unis ne rouvriront pas.
- Continuer à soutenir la forte dynamique des ventes en ligne, en mettant l'accent sur la maximisation de l'EBITDA
- Lancer la « marketplace » Maisons du Monde cet été
- Définir et mettre en œuvre des économies de coûts durables afin de préserver la rentabilité à moyen terme
- Soutenir le développement de Rhinov
- Continuer de développer notre activité B2B
- Poursuivre le développement de notre deuxième entrepôt dans le nord de la France (ouverture prévue en 2021)

Situation actuelle et perspectives

Les ventes en magasin sont en train de reprendre grâce à la réouverture progressive du réseau de magasins. Les commandes en ligne du deuxième trimestre, en valeur, sont actuellement en hausse de plus de 50% par rapport à l'année précédente sur la même période, et les ventes en ligne devraient donc enregistrer de bonnes performances sur le trimestre, bien que nous anticipions le ralentissement de cette dynamique suite à la réouverture des magasins, Le réseau de magasins du groupe n'ayant généré

pratiquement aucun revenu en avril 2020 (avril 2019 : 69 millions d'euros) et pendant la majeure partie du mois de mai, les ventes en magasin devraient être en baisse sensible.

Nous ne savons pas à ce jour quel impact durable aura cette période exceptionnelle sur le comportement des consommateurs. Bien que la visibilité pour le reste du mois de mai et du mois de juin soit très limitée, les ventes du deuxième trimestre 2020 sont attendues significativement en baisse par rapport au même trimestre de l'an dernier. Nous attendons un EBITDA (IFRS 16) du premier semestre 2020 positif, même si en baisse importante par rapport à la même période l'an dernier, avec une contraction plus forte que celle des ventes.

En raison de la nature sans précédent du Covid-19 et de ses impacts sur le comportement des consommateurs encore inconnus à ce jour, le Groupe actualisera ses perspectives lors de la publication de ses résultats semestriels le 28 juillet 2020.

Réseau de magasins ³ (En unités)	A la fin de :						
	2018	1T19	2T19	3T19	4T19	2019	1T20
France	221	221	224	227	233	233	228
Italie	45	45	47	48	48	48	48
Espagne	23	23	24	24	27	27	27
Belgique	22	21	21	22	24	24	23
Allemagne	10	10	10	10	11	11	11
Suisse	7	7	8	8	9	9	9
Luxembourg	3	3	3	3	3	3	3
Portugal	-	-	1	1	1	1	1
Royaume-Uni	4	4	4	4	-	-	-
États-Unis	13	14	16	17	20	20	21
Nombre de magasins	349	349	358	364	376	376	371
<i>Ouvertures nettes</i>	<i>+25</i>	<i>0</i>	<i>+9</i>	<i>+6</i>	<i>+12</i>	<i>+27</i>	<i>-5</i>
Surface ('000 m²)	398,4	398,6	408,1	416,7	432,3	432,3	417,6
<i>Variation nette</i>	<i>+35,2</i>	<i>+0,2</i>	<i>+9,5</i>	<i>+8,6</i>	<i>+15,6</i>	<i>+33,9</i>	<i>-14,7</i>

³ Y compris Modani ; excluant les magasins franchisés.

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 1 225 millions d'euros en 2019, et son EBITDA était de 153 millions d'euros. Au 31 décembre 2019, le Groupe exploitait un réseau de 376 magasins dans neuf pays – France, Allemagne, Belgique, Espagne, États-Unis, Italie, Luxembourg, Portugal et Suisse –, et a généré 45% 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 2019. Cette plateforme, qui a représenté 25% des ventes du Groupe en 2019, est disponible dans les neuf pays d'implantation des magasins, ainsi qu'en Autriche et aux Pays-Bas. 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 19 magasins.

corporate.maisonsdumonde.com

Contacts

Relations investisseurs

Christopher Welton – +33 7 85 70 71 41
cwelton@maisonsdumonde.com

Relations presse

Clémentine Prat – +33 2 51 79 54 08
cprat@maisonsdumonde.com

Principaux indicateurs opérationnels

Le management de Maisons du Monde utilise, outre les paramètres financiers disponibles dans le cadre des normes IFRS, plusieurs indicateurs clés afin d'évaluer, de monitorer et de gérer son activité. Les informations opérationnelles et statistiques concernant l'activité du Groupe présentées dans ce communiqué ne relèvent pas des règles IFRS, ne font pas l'objet d'un audit et sont issues de systèmes de reporting internes. Bien que ces indicateurs ne constituent pas des instruments d'analyse des résultats financiers au regard des règles IFRS, le Groupe estime toutefois qu'ils apportent un éclairage utile sur le fonctionnement et la performance de son activité. Ces indicateurs peuvent ne pas être comparables avec des indicateurs similaires utilisés par d'autres entreprises concurrentes ou tierces.

Ventes : Les ventes correspondent aux revenus générés par la vente d'articles de décoration et de mobilier, réalisées en magasins, sur les sites Internet et via les activités BtoB du Groupe. Elles excluent principalement (i) la participation des clients aux frais de livraison, (ii) le chiffre d'affaires relatif aux prestations de services logistiques fournies à des tiers et (iii) les revenus de franchise. Le Groupe utilise le concept de « ventes », plutôt que celui de « chiffre d'affaires », pour le calcul de sa croissance à périmètre constant, de sa croissance à périmètre comparable, de sa marge brute, et de ses marges d'EBITDA et d'EBIT.

Croissance des ventes à périmètre constant : La croissance des ventes à périmètre constant correspond au pourcentage d'évolution des ventes réalisées en magasins, sur les sites Internet et via les activités BtoB 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 ventes réalisées en magasins, sur les sites Internet et via les 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.

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-financement, des dépôts et des découverts bancaires, moins la trésorerie et équivalents de trésorerie.

Calendrier Financier⁴

12 Juin 2020	Assemblée Générale des actionnaires
28 Juillet 2020	Résultats du S1 2020 (communiqué de presse et conférence téléphonique après bourse)
27 Octobre 2020	Ventes du T3 2020 (communiqué de presse après bourse)

⁴ Calendrier indicatif

Maisons du Monde – Ventes du premier trimestre 2020

Détails de connexion à la conférence call et au webcast

Mercredi, 13 mai 2020 à 18h00 CET

Numéros de conférence call

Code de confirmation : **6776929**

Standard international +44 (0) 203 0095709

N° vert :		Appel local :	
France	0800918150	France	+33 (0)1 70 70 82 21
Allemagne	08005889313	Allemagne	+49 (0) 6924437403
Espagne	800098599	Espagne	+34 914141434
Italie	800987313	Italie	+39 0687500892
Suisse	0800828012	Suisse	+41 0445806084
Royaume-Uni	08006941461	Royaume-Uni	+44 (0) 844 4936766
États-Unis	+1 (866) 280-1157	États-Unis	+1 (646) 787-1226

Numéro pour le replay

Disponible jusqu'au 23/05/2020 23:00 CET

Code de confirmation : **6776929**

Standard international +44 (0) 333 3009785

N° vert :		Appel local :	
États-Unis	+1 (866) 331-1332	France	+33 (0)1 70 95 03 48
		Royaume-Unis	+44 (0) 844 5718951
		États-Unis	+1 (917) 677-7532

Lien du webcast :

<https://edge.media-server.com/mmc/p/79dmitfs>