

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

POINT SUR L'ACTIVITÉ DU QUATRIÈME TRIMESTRE ET DE L'EXERCICE 2022

Ventes solides au T4 2022

Confirmation de l'ensemble des éléments d'objectifs pour 2022¹

Changement de gouvernance chez Maisons du Monde : François-Melchior de Polignac nommé Directeur Général à compter du 15 mars 2023

- **GMV Groupe : 1 337 millions d'euros sur l'exercice (-1,2 % vs 2021, +13,3 % vs 2019)**
389 millions d'euros sur le 4^{ème} trimestre (+2,3 % vs T4 2021, +6,6 % vs T4 2019)
 - Solide performance de la marketplace : 112 millions d'euros sur l'exercice (+93 % vs 2021), 37 millions d'euros sur le 4^{ème} trimestre (+157 % vs T4 2021)
- **Ventes Groupe : 1 240 millions d'euros sur l'exercice (-5,1 % vs 2021, +5,1 % vs 2019)**
358 millions d'euros sur le 4^{ème} trimestre (-3,0 % vs T4 2021, -1,9 % vs T4 2019)
 - Succès de la collection de Noël
 - Bonne performance des initiatives commerciales tactiques
- **Confirmation des objectifs 2022 de marge d'EBIT et de cash-flow libre**
 - Objectifs du plan d'action visant à contenir les coûts et protéger le cash entièrement atteints
 - Gestion des stocks efficace à la clôture de l'exercice
- **François-Melchior de Polignac rejoint Maisons du Monde en qualité de Directeur Général Délégué et succèdera à Julie Walbaum, Directrice Générale, le 15 mars 2023**

NANTES – 25 janvier 2023, 18:30 CET – [Maisons du Monde](#) (Euronext Paris : MDM ; ISIN : FR0013153541), leader européen de collections inspirantes et accessibles d'articles de décoration et de mobilier pour la maison, publie ses ventes du quatrième trimestre de l'exercice 2022 et annonce un changement au sein de sa gouvernance.

GOVERNANCE

Le Conseil d'administration de Maisons du Monde, réuni ce jour, a décidé que François-Melchior de Polignac sera nommé Directeur Général à compter du 15 mars 2023, pour succéder à Julie Walbaum dont le mandat de Directrice Générale s'achèvera à cette date. François-Melchior rejoint aujourd'hui Maisons du Monde comme Directeur Général Délégué afin d'assurer une bonne et efficace transition pendant cette période.

Thierry Falque-Pierrotin, Président du Conseil d'administration, a déclaré : « *Nous sommes ravis d'accueillir François-Melchior, qui vient avec une solide expérience dans le secteur de la grande distribution en Europe et de la transformation organisationnelle, avec ses 22 années passées à différents postes de Directeur Exécutif au sein du groupe Carrefour. Son approche centrée sur les clients et l'excellence opérationnelle permettra à la société de poursuivre son chemin vers une création de valeur forte et durable. Je tiens à remercier Julie pour son rôle et sa contribution significative au développement de Maisons du Monde depuis 2014 en tant que Directrice Générale Digital & Marketing Client et depuis 2018, en tant que Directrice Générale. Sous sa direction, Maisons du Monde a entrepris une transformation majeure vers une organisation plus solide et agile et est devenu un leader incontesté du Digital et de la Responsabilité Sociétale des Entreprises. François-Melchior et Julie travailleront en étroite collaboration pour assurer une parfaite transition. Je leur souhaite à tous deux beaucoup de succès dans ce nouveau chapitre.* »

Julie Walbaum, Directrice Générale, a commenté : « *Je suis très heureuse et profondément fière d'avoir été à la tête de Maisons du Monde pendant ces cinq années mémorables. Ensemble, nous avons façonné une vision ambitieuse, développé une culture dynamique de croissance responsable et équilibrée, et accompli des progrès remarquables dans notre parcours de transformation pour faire de Maisons du Monde un leader sur le marché, résolument digital et durable. Je remercie chaleureusement nos équipes exceptionnelles et souhaite à François-Melchior et à Maisons du Monde un brillant avenir.* »

François-Melchior de Polignac, Directeur Général Délégué, a déclaré : « *Je suis très enthousiaste à l'idée de rejoindre, et très prochainement de diriger la société. Maisons du Monde dispose d'atouts considérables et de nombreuses opportunités pour renforcer son leadership dans le secteur de la maison inspirante et accessible. Je suis impatient de porter l'expérience client à un niveau encore plus élevé et de poursuivre sa transformation vers une organisation plus performante.* »

¹ Objectifs annuels 2022 : Ventes : Baisse à un chiffre dans la partie moyenne de la fourchette - Marge d'EBIT : 5 % ou plus - Cash-flow libre : 10 à 30 millions d'euros

Les informations relatives aux conditions financières de départ de Julie Walbaum en tant que Directrice Générale et sur la rémunération de François-Melchior de Polignac en tant que Directeur Général Délégué seront rendues publiques conformément à la réglementation applicable et aux recommandations du code de gouvernement d'entreprise AFEP-MEDEF auquel Maisons du Monde se réfère.

POINT SUR L'ACTIVITE

Faits marquants

L'environnement du commerce de détail est resté difficile et marqué par l'incertitude au dernier trimestre 2022, dans le contexte d'une inflation soutenue et d'une confiance des consommateurs au plus bas.

En dépit de ce contexte, Maisons du Monde a enregistré une activité solide au quatrième trimestre 2022, portée par l'attrait de ses collections, par une plus grande disponibilité des produits et par un programme de promotions qui a porté ses fruits. Cette performance souligne l'attrait de Maisons du Monde parmi les destinations préférées des consommateurs pour des décorations et cadeaux de Noël originaux et à des prix accessibles.

Le Groupe est resté centré sur ses dépenses d'investissement et la gestion rigoureuse de ses coûts au cours de la période, ce qui lui permet de confirmer l'ensemble de ses éléments d'objectifs pour 2022.

Chiffres du T4 et 2022

En million d'€	T4 22	T4 21	Var. % T4'21-22	Année 2022	Année 2021	Var. % 21-22
GMV Groupe	389,1	380,6	2,3%	1 337,1	1 353,0	(1,2%)
Ventes Groupe	358,0	369,0	(3,0%)	1 240,4	1 306,8	(5,1%)
<i>Variation (%) à périmètre comparable</i>	<i>(4,6%)</i>	<i>0,9%</i>		<i>(6,9%)</i>	<i>13,4%</i>	
Ventes par canal de distribution						
Magasins	274,9	290,0	(5,2%)	880,9	881,4	(0,1%)
<i>% des ventes</i>	<i>76,8%</i>	<i>78,6%</i>		<i>71,0%</i>	<i>67,4%</i>	
Ventes en ligne	83,2	79,0	5,3%	359,6	425,4	(15,5%)
<i>% des ventes</i>	<i>23,2%</i>	<i>21,4%</i>		<i>29,0%</i>	<i>32,6%</i>	
Ventes par zone géographique						
France	204,4	205,5	(0,5%)	663,8	701,7	(5,4%)
<i>% des ventes</i>	<i>57,1%</i>	<i>55,7%</i>		<i>53,5%</i>	<i>53,7%</i>	
International	153,6	163,5	(6,0%)	576,6	605,0	(4,7%)
<i>% des ventes</i>	<i>42,9%</i>	<i>44,3%</i>		<i>46,5%</i>	<i>46,3%</i>	
Ventes par catégorie						
Décoration	246,7	255,7	(3,5%)	738,3	766,2	(3,6%)
<i>% des ventes</i>	<i>68,9%</i>	<i>69,3%</i>		<i>59,5%</i>	<i>58,6%</i>	
Meubles	111,3	113,3	(1,7%)	502,1	540,6	(7,1%)
<i>% des ventes</i>	<i>31,1%</i>	<i>30,7%</i>		<i>40,5%</i>	<i>41,4%</i>	

GMV et ventes pour le T4 2022

Au quatrième trimestre 2022, la **GMV Groupe** a atteint un total de 389 millions d'euros, en hausse de 2 % vs T4 2021 (+7 % vs T4 2019) dont 37 millions pour la GMV de la Marketplace. Les **ventes Groupe** se sont élevées à 358 millions d'euros, en baisse de 3 % vs T4 2021 (-2 % vs T4 2019).

GMV et ventes par canal

Au **quatrième trimestre**, la **GMV en ligne** s'est établie à 112 millions d'euros, soit une hausse de 25 % grâce à la combinaison d'une croissance solide de la marketplace en France (+99 % vs T4 2021), ainsi que d'une forte montée en puissance de la marketplace en Espagne, lancée au deuxième trimestre 2022, et en Italie, ouverte début septembre 2022. La GMV de la marketplace a ainsi représenté un tiers du total de la GMV en ligne au quatrième trimestre.

Les **ventes en ligne** se sont élevées à 83 millions d'euros au quatrième trimestre (+5 % vs T4 2021 et +21 % vs T4 2019), soit 23 % des ventes du Groupe sur le trimestre.

Les **ventes en magasin** ont atteint 275 millions d'euros sur la période, en recul de 5 % vs 2021 (à un niveau stable par rapport à T4 2019), ce qui montre une amélioration séquentielle par rapport au troisième trimestre (-9 %). Le trafic en magasin s'est amélioré sur le trimestre même s'il est resté négatif par rapport à T4 2021, à -6 % au T4 vs -9 % au T3. En France, il a été pénalisé par la pénurie de carburants en octobre 2022, avant de s'améliorer en décembre grâce à la saison des fêtes, pour une performance de -6 % vs T4 2021.

Dans la lignée de la gestion active de son réseau de magasins, le Groupe a ouvert 8 nouveaux magasins au quatrième trimestre 2022 : 5 en France et 3 en Espagne, mais a enregistré 3 fermetures en France dans le même temps.

Le Groupe compte 357 magasins à la fin décembre 2022, soit un niveau stable vs 2021, avec une gestion équilibrée de 13 ouvertures et de 13 fermetures sur l'exercice.

Ventes par catégorie de produits

Les **ventes de décoration** se sont élevées à 247 millions d'euros au quatrième trimestre, en baisse de 4 % vs T4 2021 (+7 % vs T4 2019) et ont représenté 69 % du total des ventes du quatrième trimestre et 71 % des ventes en France. Les cadres, la vaisselle, les luminaires et les bougies parfumées ont affiché de très bons résultats alors que le contexte reste marqué par des dépenses discrétionnaires peu élevées.

Les **ventes de mobilier** ont enregistré un total de 111 millions d'euros au quatrième trimestre, en baisse de 2 % vs T4 2021 (-17 % vs T4 2019), dont 45 % en ligne. Les fauteuils, sofas, bibliothèques et étagères figurent parmi les meilleures ventes.

Ces deux catégories ont profité d'un relèvement du taux de disponibilité immédiate et de promotions ciblées.

Ventes par zone géographique

Au quatrième trimestre, les **ventes en France** se sont établies à 204 millions d'euros, à un niveau stable en vs 2021 (-4 % vs T4 2019). Les ventes en ligne ont gagné 12 % vs T4 2021 et par rapport à la même période en 2019, soit 21 % du total des ventes en France.

Les **ventes internationales** ont enregistré un total de 154 millions d'euros au quatrième trimestre, en repli de 6 % vs T4 2021 (+1 % vs T4 2019). Les ventes combinées en Espagne et Italie (59 % du total des ventes internationales) n'ont perdu que 2 % vs T4 2021 et ont gagné 4 % vs T4 2019 dont une progression notable de 11 % pour l'Espagne. Les ventes combinées en Belgique, Allemagne et Suisse (34 % du total des ventes internationales) ont cédé 15 % vs T4 2021 et 2 % vs T4 2019 en raison des très mauvaises conditions de marché.

GMV et ventes pour l'exercice 2022

Compte tenu de ce qui précède, la **GMV de l'exercice 2022** ressort à 1 337 millions d'euros, en baisse de 1 % vs 2021 (+13 % vs 2019), dont 112 millions d'euros pour la **GMV de la Marketplace**, soit le double de 2021.

Les **ventes de l'exercice 2022** s'élèvent à 1 240 millions d'euros, en baisse de 5 % vs 2021 (+5 % vs 2019).



BIOGRAPHIE DE FRANÇOIS-MELCHIOR DE POLIGNAC

François-Melchior de Polignac a débuté sa carrière chez L'Oréal dans l'équipe de Contrôle Financier de Lancôme Italie en 1995. Après trois années, il a rejoint le Boston Consulting Group à Paris. En 2000, il rejoint le groupe Carrefour en tant que membre de l'équipe fusions & acquisitions et occupe plusieurs postes opérationnels et techniques en France avant de s'installer en Pologne où il est notamment chargé de la division supermarchés. En 2009, il retourne à Paris pour diriger un programme de transformation organisationnelle du groupe, permettant ainsi de réaliser des économies de plus de 2 milliards d'euros. En 2011, il est nommé Directeur Général pour la Roumanie et ensuite, Directeur Général pour la Belgique fin 2013. En 2018, il est nommé Directeur Exécutif Groupe Marchandises, et rejoint le Comité Exécutif du groupe. Depuis 2020, il est Directeur Exécutif et Directeur Général de Zone, en charge de la Belgique, de la Roumanie et de la Pologne. Il est diplômé d'HEC en 1994 et dispose d'un master en relations internationales de l'Université de Cambridge.

CALENDRIER FINANCIER

Les résultats financiers de l'exercice 2022 seront publiés le 9 mars 2023 à 07 heures CET. La Direction tiendra une conférence téléphonique avec les analystes et les investisseurs le même jour à 09 heures CET.



Avertissements : 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

A propos 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 357 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

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

ANNEXE

Ventes par trimestre

En millions d'€	Q1'19	Q2'19	Q3'19	Q4'19	FY19	Q1'20	Q2'20	Q3'20	Q4'20	FY20	Q1'21	Q2'21	Q3'21	Q4'21	FY21	Q1'22	Q2'22	Q3'22	Q4'22	FY22
Magasins	199,7	196,8	199,8	285,9	882,2	162,8	122,1	220,7	244,7	750,3	197,3	176,3	217,9	290,0	881,4	208,9	198,2	198,9	274,9	880,9
Variation % vs. n-1	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	(18,5%)	(37,9%)	10,5%	(14,4%)	(15,0%)	21,2%	44,3%	(1,3%)	18,5%	17,5%	5,9%	12,5%	(8,7%)	(5,2%)	(0,1%)
Online	71,4	75,3	71,8	79,2	297,7	69,1	114,5	88,9	112,4	384,9	119,9	140,9	85,5	79,0	425,4	104,1	92,7	79,6	83,2	359,6
Variation % vs. n-1	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	(3,2%)	52,0%	23,9%	41,9%	29,3%	73,4%	23,1%	(3,8%)	(29,7%)	10,5%	(13,2%)	(34,2%)	(6,9%)	5,3%	(15,5%)
Ventes Groupe	271,2	272,1	271,6	365,1	1 179,9	231,9	236,6	309,6	357,0	1 135,2	317,2	317,2	303,4	369,0	1 306,8	313,0	290,9	278,5	358,0	1 240,4
Variation % vs. n-1	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	(14,5%)	(13,0%)	14,0%	(2,2%)	(3,8%)	36,8%	34,0%	(2,0%)	3,3%	15,1%	(1,3%)	(8,3%)	(8,2%)	(3,0%)	(5,1%)
Variation % à périmètre comparable	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	(19,1%)	(15,1%)	10,6%	(2,5%)	(6,3%)	36,5%	32,2%	(4,0%)	10,0%	13,4%	(4,0%)	(10,3%)	(9,6%)	(4,6%)	(6,9%)
Répartition des ventes																				1%
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%	51,6%	51,9%	52,7%	57,1%	53,5%
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%	48,4%	48,1%	47,3%	42,9%	46,5%
Magasins	73,7%	72,3%	73,6%	78,3%	74,8%	70,2%	51,6%	71,3%	68,5%	66,1%	62,2%	55,6%	71,8%	78,6%	67,4%	66,7%	68,1%	71,4%	76,8%	71,0%
Online	26,3%	27,7%	26,4%	21,7%	25,2%	29,8%	48,4%	28,7%	31,5%	33,9%	37,8%	44,4%	28,2%	21,4%	32,6%	33,3%	31,9%	28,6%	23,2%	29,0%
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%	55,8%	52,6%	58,9%	68,9%	59,5%
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%	44,2%	47,4%	41,1%	31,1%	40,5%

Réseau de magasins

en unité	FY20	Q1'21	Q2'21	Q3'21	Q4'21	FY21	Q1'22	Q2'22	Q3'22	Q4'22	FY22
France	228	223	222	220	219	219	215	214	215	217	217
Italie	49	49	49	48	50	50	49	49	49	49	49
Espagne	27	26	28	28	30	30	30	31	32	35	35
Belgique	24	25	26	26	27	27	25	25	25	25	25
Allemagne	11	11	12	12	12	12	12	12	12	12	12
Suisse	9	10	10	11	12	12	12	12	12	12	12
Luxembourg	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Portugal	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3
Autriche	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Nombre de magasins	352	349	352	350	357	357	350	350	352	357	357
Ouvertures nettes	-4	-3	+3	-2	+7	+5	-7	0	+2	+5	-
Surface de vente (k m²)	420	419	425	425	432	432	427	428	433	441	441
<i>Variation (k m²)</i>	+3	-1	+5	+1	+7	+12	-5	+1	+4	+9	+9