

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MAISONS DU MONDE : RÉSULTATS DU 1^{er} SEMESTRE 2021

Forte croissance des ventes et de la rentabilité au premier semestre

Perspectives pour l'année 2021 confirmées

NANTES – 28 juillet 2021, 7h45 CEST – [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, publie aujourd'hui les résultats consolidés non audités du groupe¹ pour les six premiers mois de l'année 2021.

La conférence téléphonique aura lieu à 9h00 CET (voir détails en page 13).

- **Forte croissance des ventes : 663 millions d'euros (+36 %, +35 % à périmètre comparable ; +12 % à périmètre comparable par rapport au 1er semestre 2019)**
- **Nette progression de la rentabilité : EBIT de 52 millions d'euros (-7 millions d'euros au premier semestre 2020)**
 - **Marge d'EBIT à un plus haut historique pour un 1er semestre : 7,9 % (-1,5 % au premier semestre 2020 ; 5,4 % au premier semestre 2019)**
 - **Cash-flow libre de 57 millions d'euros (43 millions d'euros au 30 juin 2020)**
- **Perspectives pour l'année 2021 pleinement confirmées malgré les incertitudes liées au Covid et aux perturbations de la chaîne d'approvisionnement mondiale**

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

« Nous sommes très heureux de la performance que nous avons réalisée au premier semestre. Je tiens à remercier nos équipes pour leur engagement et leur capacité d'adaptation dans un contexte qui demeure difficile. Avec une forte croissance à la fois des ventes et de la rentabilité, les résultats de Maisons du Monde témoignent de l'attractivité de notre modèle et de la bonne exécution de nos priorités stratégiques, qui nous permettent d'atteindre une croissance équilibrée.

Notre marketplace sélective, lancée sur notre site français en novembre dernier, continue d'afficher une performance remarquable : elle atteint déjà 20 % de notre volume d'activité total en ligne (GMV) en France au premier semestre. L'intégration continue de nouveaux partenaires nous permet de proposer presque 600 marques à nos clients, avec une expérience client équivalente à celle de notre propre e-commerce.

Alors que nous entrons dans la seconde moitié de l'année, les incertitudes globales restent élevées en raison des récentes et persistantes perturbations de la chaîne d'approvisionnement en Asie, mais aussi de l'impact potentiel de la pandémie sur notre activité commerciale. Malgré ce contexte défavorable, nos excellentes performances à ce jour nous permettent de confirmer nos perspectives annuelles. Je fais confiance à nos équipes pour rester pleinement focalisées sur l'excellence opérationnelle au quotidien et sur nos priorités stratégiques. »

Chiffres clés du 1 ^{er} semestre (En millions d'euros)	2021	2020	% variation
Ventes²	662,6	488,9	+35,5 %
% variation à périmètre comparable	647,5	478,1	+35,4 %
EBIT	52,4	(7,3)	nm
En % des ventes	7,9 %	-1,5 %	
Résultat net	20,5	(20,4)	nm
Résultat net dilué par action (in €)	0,42	(0,35)	
Flux de trésorerie disponible	57,2	42,6	+34,3 %
Endettement net³	41,3	96,4	-57,2%
Ratio de levier financier ³	0,2x	0,7x	

¹ IFRS 16 ; l'audit des résultats consolidés pour l'ensemble du premier semestre 2021 est en cours de finalisation.

² Défini comme les ventes de marchandises et les revenus de services & les commissions moins les ventes de franchise et promotionnelles (2,5 M € en S1 2021 et 1,5 M € en S1 2020).

³ Définie dans le cadre de la convention de la dette senior du groupe comme la dette nette moins les contrats de location-financement divisée par l'EBITDA de la LTM tel que calculé selon la norme IAS 17. Les données de 2020 sont aux 31 décembre 2020.

Bonne performance des ventes au 1er semestre : 663 millions d'euros

Les ventes de Maisons du Monde au **1^{er} semestre 2021** ont enregistré une forte hausse de 35,5 % par rapport à la même période de l'année précédente, pour atteindre 663 millions d'euros (+35,4 % à périmètre comparable). Les ventes en magasin ont repris leur forte croissance après la réouverture mi-mai, tandis que l'activité en ligne est restée dynamique. La croissance des ventes a également été portée par le succès des collections plus percutantes de Maisons du Monde. Les ventes de Modani au 1^{er} semestre 2021 s'élèvent à 28 millions d'euros, soit une augmentation de 43 % par rapport à la même période de l'an dernier. Les ventes totales du Groupe au 1^{er} semestre 2021 ont augmenté de 17 % par rapport au 1^{er} semestre 2019 (+12 % à périmètre comparable).

Résumé des ventes (En millions d'euros)	T2 21	T2 20	% variation	S1 21	S1 20	% variation
Ventes	331,7	245,2	+35,3 %	662,6	488,9	+35,5 %
% variation à périmètre comparable ⁴	+34,3 %	-16,2 %		+35,4 %	-17,5 %	
Maisons du Monde	315,9	236,2	+33,8 %	632,0	467,9	+35,1 %
% variation à périmètre comparable	+32,0 %	-15,3 %		+34,2 %	-17,3 %	
Modani	14,5	8,4	+72,7 %	28,2	19,7	+43,4 %
Ventes par canal de distribution						
Réseau de magasins	187,2	129,1	+45,0 %	394,4	302,6	+30,3 %
En % des ventes	56,4 %	52,7 %		59,5 %	61,9 %	
Ventes en ligne	144,5	116,1	+24,5 %	268,2	186,2	+44,0 %
En % des ventes	43,6 %	47,3 %		40,5 %	38,1 %	
Ventes par zone géographique						
France	150,7	124,7	+21,0 %	332,2	252,1	+31,8 %
En % des ventes	45,4 %	50,8 %		50,1 %	51,6 %	
International	180,9	120,5	+50,1 %	330,4	236,8	+39,5 %
En % des ventes	54,6 %	49,2 %		49,9 %	48,4 %	
Ventes par catégorie de produits						
Décoration	156,6	111,0	+41,1 %	332,2	237,0	+40,2 %
En % des ventes	47,2 %	45,3 %		50,1 %	48,5 %	
Meubles	175,0	134,2	+30,5 %	330,4	251,9	+31,2 %
En % des ventes	52,8 %	54,7 %		49,9 %	51,5 %	

Le Groupe estime que les confinements du 1^{er} semestre 2021 ont entraîné une réduction des ventes totales de la période d'environ (45) millions d'euros (-60 millions d'euros en magasins, +15 millions d'euros en ligne) contre (110) millions d'euros au cours du 1^{er} semestre 2020 (-130 millions d'euros de magasins, +20 millions d'euros en ligne). La période traditionnelle des soldes de juin en France n'a commencé qu'à partir du 30 juin cette année et n'a donc eu aucun impact sur les ventes du 1^{er} semestre 2021.

Au cours du **2^{ème} trimestre 2021**, les ventes du Groupe ont augmenté de 35 % par rapport à la même période de l'année précédente pour atteindre 332 millions d'euros (+17 % par rapport au 2^{ème} trimestre 2019). Au cours de la période, les ventes en magasin ont augmenté de 45 % pour atteindre 187 millions d'euros. Les ventes en ligne ont continué à enregistrer de bonnes performances au cours du trimestre, augmentant de 25 % par rapport à la même période de l'année précédente.

⁴ 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 BtoB 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.

Marque, collections et clients

Maisons du Monde a été sélectionné en mars par EY Parthenon comme la deuxième marque préférée des Français pour la décoration et d'ameublement pour la cinquième année consécutive. La communauté Instagram du Groupe a fortement progressé (+31 % d'abonnés, pour un total de 5 millions de followers), tandis que l'audience moyenne mensuelle sur Facebook a augmenté de 20 %.

40 % de la base totale de clients de Maisons du Monde était constitué de nouveaux clients (nouveaux clients magasins : 41 % ; nouveaux clients en ligne : 40 %), ces nouveaux clients représentant approximativement un tiers des ventes totales.

La base de clients omnicanaux a également continué de croître, le nombre de clients qui n'achetaient auparavant qu'en magasins et ayant acheté en ligne pour la première fois ayant augmenté de 38 % par rapport à la même période de l'année précédente.

Les collections de décoration, redynamisées, ont à nouveau enregistré de bons résultats, les ventes du 1^{er} semestre ayant augmenté de 40 % par rapport à la même période de l'année précédente. Malgré une disponibilité limitée, les ventes de meubles ont augmenté de 31 % au cours de la période. Les meubles d'extérieur ont connu un succès notable, augmentant de 23 % par rapport à la même période de l'année précédente et représentant 18 % des ventes d'ameublement.

Activité en ligne

Les ventes en ligne, qui ont représenté 40 % des ventes totales du 1^{er} semestre, ont enregistré une augmentation de 44 % par rapport à la même période de l'année précédente pour atteindre 268 millions d'euros, grâce à une augmentation de 61 % des commandes en ligne. L'activité a bénéficié de la gratuité du click & collect en magasin, introduite au 4^{ème} trimestre 2020. Par ailleurs, le mix des produits vendus en ligne s'est amélioré avec un poids de la décoration qui a représenté un tiers des ventes (versus 29 % en 2020).

La GMV de la marketplace a atteint 32 millions d'euros sur la période, soit 20 % de la GMV en ligne totale en France. Cela prouve la pertinence de notre décision stratégique de compléter le modèle omnicanal unique de Maisons du Monde. La marketplace, qui compte actuellement plus de 580 marques et 71 000 références, a continué d'afficher une belle dynamique avec 100 nouveaux vendeurs recrutés pendant la période.

Le Groupe a également mis en place en juin la livraison en 24 heures pour les articles de décoration, améliorant encore son niveau de service pour ses clients.

Réseau de magasins

Les ventes en magasin du 1^{er} semestre 2021 ont augmenté de 30 % par rapport à la même période de l'année précédente pour atteindre 394 millions d'euros, le réseau européen ayant été ouvert en moyenne pendant 69 % de la période (contre 66 % au 1^{er} semestre 2020) en raison des fermetures liées au Covid-19. Les ventes en magasin en France (52 % des ventes totales en magasin) ont représenté 203 millions d'euros (+21 % par rapport à la même période de l'année précédente), tandis que le reste du réseau européen et Modani ont contribué à hauteur de 191 millions d'euros (+42 % par rapport à la même période de l'année précédente).

Au 30 juin 2021, Maisons du Monde comptait 352 magasins en Europe et 17 magasins aux États-Unis, sans changement par rapport au 31 décembre 2020. Au cours du 2^{ème} trimestre 2021, le Groupe a ouvert 6 nouveaux magasins : 2 en France (Chalon-sur-Saône et Montpellier) et 4 en Europe (2 en Espagne, 1 en Belgique et 1 en Allemagne). Au cours de la même période, le Groupe a fermé 3 magasins en France. La surface commerciale totale du réseau de magasins a augmenté de 4 100 m² par rapport au 31 décembre 2020 pour atteindre 439 000 m².

Engagement RSE

Maisons du Monde a porté ses efforts en matière de RSE au 1^{er} semestre 2021 sur plusieurs fronts :

- Poursuite de l'amélioration de l'offre durable, avec une augmentation de 50 % par rapport à l'année

précédente du nombre d'articles de décoration printemps-été répondant aux critères de durabilité, et une augmentation de 44 % des produits éco-responsables dans les catégories enfants par rapport à la même période de l'année précédente.

- Certification ISO 50001 de tous nos magasins en France, attestant de notre optimisation de notre consommation énergétique.
- Soutien du pouvoir d'achat de nos équipes par une prime PEPA à tous nos employés en Europe et indemnité supplémentaire de chômage partiel pour aligner les conditions des pays étrangers sur les conditions françaises.
- Signature de notre premier accord triennal en faveur de l'inclusion des personnes handicapées dans nos effectifs.
- Financement d'un programme de vaccination pour nos fournisseurs indiens (1 300 personnes vaccinées à ce jour).
- Dons de produits à 21 hôpitaux en France, Belgique, Italie et Espagne.

Performance financière du 1^{er} semestre 2021

Retour à la rentabilité : la marge d'EBIT rebondit à 7,9 % (contre -1,5 % au 1^{er} semestre 2020 et 5,4 % au 1^{er} semestre 2019).

La marge brute du 1^{er} semestre 2021 s'est élevée à 432 millions d'euros, soit une hausse de 123 points de base à 65,2 % en pourcentage des ventes (contre 64,0 % au 1^{er} semestre 2020), soutenue par un effet de mix produit en ligne favorable. L'augmentation du volume des ventes a induit un effet de levier favorable, notamment sur les coûts logistiques. Les coûts d'exploitation des magasins et les coûts centraux ont été plus élevés par rapport à la même période de l'année précédente, les aides publiques pour le chômage partiel ayant été plus faibles qu'en 2020. Les investissements marketing du 1^{er} semestre ont augmenté de 13 millions d'euros par rapport à 2020 pour soutenir la croissance en ligne, y compris la promotion de notre marketplace.

Marge brute, EBITDA, EBIT <i>(En millions d'euros)</i>	S1 21	S1 20	% variation
Ventes	662,6	488,9	+35,5 %
Coût des ventes ⁵	(230,7)	(176,2)	+30,9 %
Marge brute	431,9	312,6	+38,2 %
<i>En % des ventes</i>	65,2 %	64,0 %	+123 bps
Frais de logistiques	(95,1)	(90,1)	+5,6 %
Frais de fonctionnement et coûts centraux des magasins	(169,4)	(132,1)	+28,2 %
Frais de marketing	(35,3)	(22,4)	+57,9 %
Charges d'exploitation	(299,9)	(244,6)	+22,6 %
EBITDA	132,0	68,1	+94,0 %
<i>En % des ventes</i>	19,9 %	13,9 %	+601 bps
Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations	(79,6)	(75,4)	+5,6 %
EBIT	52,4	(7,3)	nm
<i>En % des ventes</i>	7,9 %	(1,5) %	+942 bps

En conséquence, l'EBITDA a presque doublé par rapport à la même période de l'année précédente pour atteindre 132 millions d'euros (marge d'EBITDA : 19,9 %, +601 points de base par rapport au 1^{er} semestre 2020 et +272 points de base par rapport au 1^{er} semestre 2019).

L'EBIT du 1^{er} semestre 2021 a atteint son plus haut niveau historique à 52 millions d'euros (contre -7 millions d'euros à la même période l'année dernière), avec une marge de 7,9 % (+942 points de base), grâce à la croissance plus forte que prévu de l'activité et à une base de coûts allégée. Les autres charges d'exploitation

⁵ Reclassement des dépréciations de stocks du poste « Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations » vers le poste « Coût des ventes » pour 0,8 million d'euros pour l'exercice 2020.

de (8) millions d'euros sont principalement liées à la valeur des contrats de couverture de change et aux fermetures de magasins. Les charges financières nettes sont en hausse, à (12) millions d'euros, en raison de pertes de change. L'impôt sur le revenu s'est élevé à (10) millions d'euros et comprend l'impôt sur les sociétés (taux d'imposition effectif de 27 %) et les taxes locales.

Par conséquent, le **résultat net** s'est élevé à 20,5 millions d'euros pour le 1^{er} semestre 2021 (contre -20,4 millions d'euros au cours de la même période en 2020 et 5,4 millions d'euros pour la même période en 2019). L'EPS dilué est passé de (0,35) euro au 1^{er} semestre 2020 à 0,42 euro. Le résultat net du 1^{er} semestre 2019 était de 5,4 millions d'euros (EPS dilué de 0,15 euro).

Cash-flow libre solide : 57 millions d'euros

Le cash-flow libre s'est établi à 57 millions d'euros au 30 juin 2021, contre 43 millions d'euros au 30 juin 2020. Cette amélioration est principalement due à l'augmentation de l'EBITDA, compensée par un niveau de stocks plus élevé par rapport à 2020 et des préparations d'approvisionnement auprès de certains fournisseurs clés. Il convient de noter que les stocks sont restés à un bas niveau à la fin du mois de juin en raison des contraintes d'approvisionnement et de fret, notamment vers la fin du 2^{ème} trimestre. Les dépenses d'investissement ont augmenté de 5 millions d'euros en raison de la hausse des investissements dans le développement des magasins. Le ratio dépenses d'investissement / chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2021, qui s'élève à 3,7 %, devrait se situer autour de 5 % à la fin de l'année.

Flux de trésorerie disponible

(En millions d'euros – IFRS 16)

	30 juin 2021	30 juin 2020
EBITDA	132,0	68,1
Variation du besoin en fonds de roulement liée à l'activité	28,7	72,7
Variation des autres éléments opérationnels	(20,9)	(21,5)
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles	139,8	119,3
Immobilisations corporelles et incorporelles	(24,5)	(19,9)
Variation des dettes sur immobilisations	(0,6)	(4,9)
Produits des cessions d'actifs non courants	0,8	0,1
Diminution des dettes de location	(52,2)	(45,5)
Intérêts liés à la dette de location	(6,1)	(6,5)
Flux de trésorerie disponible	57,2	42,6

Dettes nettes financières

Grâce à sa forte position de trésorerie, Maisons du Monde a décidé de ne pas renouveler le prêt à terme de 50 millions d'euros associé à sa facilité de crédit senior qui devait arriver à échéance le 31 mai 2021, et l'a donc remboursé en totalité.

Le 8 juin 2021, le Groupe a remboursé en totalité le prêt de 150 millions d'euros garanti par l'État français qu'il avait contracté en juin 2020.

Le Groupe a prolongé d'un an l'échéance de sa facilité de crédit renouvelable de 150 millions d'euros non utilisée, soit le 19 avril 2022.

La dette brute du Groupe au 30 juin 2021 a été réduite à 191 millions d'euros. En tenant compte de sa position de trésorerie et d'équivalents de trésorerie de 153 millions d'euros, Maisons du Monde a un endettement net au 30 juin 2021 de 41 millions d'euros (levier de 0,2x, en baisse par rapport à 0,7x au 31 décembre 2020).

Endettement net & ratio de levier financier

(En millions d'euros – IFRS 16 & IAS 17)

Calcul de l'endettement net	30 juin 2021	31 déc. 2020
Emprunt obligataire convertible (OCEANE)	188,8	186,5
Ligne de crédit à long terme	-	49,9
Facilités de crédit renouvelables (RCFs)	(0,1)	(0,1)
Prêt Garanti par l'Etat (PGE)	-	150,3
Autres emprunts ⁶	2,0	1,9
Dettes de location	625,4	620,1
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(153,0)	(296,7)
Endettement net	663,1	711,9
Moins : Dettes de location (montant IFRS 16)	(621,8)	(615,5)
Endettement net⁷	41,3	96,4
EBITDA DDM ⁷	191,8	130,0
Ratio de levier financier⁷	0,2x	0,7x

Dividende

L'Assemblée générale des actionnaires du 4 juin 2021 a approuvé la reprise du versement d'un dividende, de 0,30 euro par action au titre de 2020, soit une distribution totale en numéraire aux actionnaires d'un montant de 13,5 millions d'euros. La date de détachement du dividende a été fixée au 5 juillet 2021, et la date de paiement au 7 juillet 2021.

Objectifs pour l'année 2021

Alors que nous abordons le second semestre, l'environnement reste incertain en raison des perturbations récentes et persistantes de la chaîne d'approvisionnement en Asie induites par l'épidémie de Covid. De plus, l'activité des magasins pourrait être davantage perturbée si les conditions sanitaires se détérioraient davantage.

Cependant, sur la base d'une excellente performance au premier semestre, le Groupe est en mesure de pleinement confirmer les perspectives publiées le 10 mars dernier pour l'ensemble de l'année 2021 :

- Croissance des ventes élevée à un chiffre (« high single-digit »), avec un nombre relativement stable de magasins à la fin de l'année
- Une amélioration du taux de marge d'EBIT, avec une augmentation allant jusqu'à 50 points de base vs 2020
- Cash-flow libre supérieur à son niveau de 2020.

Journée Investisseurs 2021 de Maisons du Monde : 8 novembre 2021

Le Groupe tiendra une Journée Investisseurs à Paris, le lundi 8 novembre 2021. Des informations détaillées sur le lieu et l'heure exacts seront transmises en septembre 2021.

⁶ Incluant les autres emprunts, les dépôts & cautionnements et les découverts bancaires.

⁷ Définie dans le cadre de la convention de la dette senior du groupe comme la dette nette moins les contrats de location-financement divisée par l'EBITDA de la LTM tel que calculé selon la norme IAS 17. Les données de 2020 sont aux 31 décembre 2020.

États financiers consolidés

Compte de résultat consolidé

(En millions d'euros – IFRS 16)

	S1 2021	S1 2020	% variation
Ventes⁸	662,6	488,9	+35,5 %
Autres produits de l'activité	28,8	21,1	+36,6 %
Chiffre d'affaires	691,4	509,9	+35,6 %
Coût des ventes ⁹	(230,7)	(176,2)	+30,9 %
Marge brute¹⁰	431,9	312,6	+38,2 %
En % des ventes	65,2 %	64,0 %	+123 bps
Charges de personnel	(119,9)	(94,4)	+27,1 %
Charges externes	(211,4)	(175,8)	+20,2 %
Dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations	(79,6)	(75,4)	+5,6 %
Juste valeur des instruments financiers dérivés	(3,8)	9,9	nm
Autres charges/produits d'exploitation	(3,2)	(1,7)	+86,3 %
Résultat opérationnel courant	42,8	(3,7)	nm
Autres produits et charges opérationnels	(1,2)	(2,2)	-45,7 %
Résultat opérationnel	41,6	(5,8)	nm
Coût de l'endettement net	(3,7)	(3,8)	-3,5 %
Coût de l'endettement « contrats de location »	(6,2)	(6,6)	-7,3 %
Produits financiers	1,2	2,3	-50,9 %
Charges financières	(2,8)	(1,5)	+83,9 %
Résultat financier	(11,5)	(9,6)	+19,4 %
Résultat avant impôt	30,1	(15,5)	nm
Impôt sur le résultat	(9,6)	(4,9)	+96,4 %
Résultat net	20,5	(20,4)	nm
Attribuable aux :			
• Actionnaires de la société mère	19,6	(18,6)	nm
• Participations ne donnant pas le contrôle	0,9	(1,8)	nm
Résultat net dilué par action	0,42	(0,35)	nm

⁸ Défini comme les ventes de marchandises, les commissions de marketplace, les revenus de services et les commissions moins les ventes de franchise et promotionnelles (2,5 M € en S1 21 et 1,5 M € en S1 20).

En millions d'euros	S1 21	S1 20
Ventes de marchandises	653,9	487,6
Ventes aux franchises et ventes promotionnelles	2,5	1,5
Prestation et commissions	8,7	1,3
Sous total	665,1	490,3
Moins : Ventes aux franchises et ventes promotionnelles	(2,5)	(1,5)
Ventes	662,6	488,9

⁹ Reclassement des dépréciations de stocks du poste « Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations » vers le poste « Coût des ventes » pour 0,8 million d'euros pour l'exercice 2020.

¹⁰ Marge brute : définie comme les ventes moins le coût des ventes. La marge brute est un indicateur financier non-IFRS et est présentée uniquement à titre indicatif.

Bilan consolidé

(En millions d'euros – IFRS 16)

	30 juin 2021	30 juin 2020
ACTIF		
Goodwill	327,0	375,4
Autres immobilisations incorporelles	241,8	250,0
Immobilisations corporelles	162,4	159,3
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	632,7	668,2
Autres actifs financiers non courants	16,2	15,8
Impôts différés actifs	7,1	5,0
Instruments financiers dérivés	0,0	3,3
ACTIFS NON-COURANTS	1 387,3	1 477,1
Stocks	186,8	173,6
Créances clients et autres créances	102,4	121,0
Autres actifs financiers courants	-	(0,0)
Actifs d'impôt exigible	19,9	15,0
Instruments financiers dérivés	-	15,9
Trésorerie et équivalents de trésorerie	153,0	437,4
ACTIFS COURANTS	462,1	763,0
TOTAL ACTIF	1 849,4	2 240,1

PASSIFS ET CAPITAUX PROPRES

TOTAL CAPITAUX PROPRES	621,2	607,3
Emprunts	1,6	151,4
Emprunt obligataire convertible	189,1	184,4
Dettes de location à moyen et long terme	511,1	544,3
Impôts différés passifs	49,9	53,0
Avantages postérieurs à l'emploi	12,7	11,6
Provisions	6,8	14,0
Instruments financiers dérivés	2,1	-
Autres passifs non courants	6,4	23,5
PASSIFS NON-COURANTS	779,8	982,2
Emprunts courants	0,1	201,8
Dettes de location à court terme	114,2	118,1
Dettes fournisseurs et autres dettes	307,8	319,3
Provisions	6,2	3,6
Passifs d'impôt exigible	13,0	7,8
Instruments financiers dérivés	7,1	-
PASSIFS COURANTS	448,4	650,6
TOTAL PASSIF	1 228,1	1 632,8
TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES	1 849,4	2 240,1

Tableau des flux de trésorerie consolidé

(En millions d'euros – IFRS 16)

	30 juin 2021	30 juin 2020
Résultat avant impôt	30,1	(15,5)
Ajustements relatifs aux :		
• Dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations	77,3	74,3
• Plus ou moins-values de cessions	2,9	3,3
• Variation de la juste valeur des instruments financiers dérivés	3,8	(9,9)
• Paiements fondés sur des actions	(0,6)	(0,4)
• Coût de l'endettement net	3,7	3,8
• Coûts de la dette de location	6,2	6,6
Variation du besoin en fonds de roulement liée à l'activité :		
• (Augmentation) / Diminution des stocks	(15,0)	37,4
• (Augmentation) / Diminution des créances clients et autres créances	5,2	(5,8)
• Augmentation / (Diminution) des dettes fournisseurs et autres dettes	38,4	41,1
Impôts versés	(12,2)	(15,7)
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles^(a)	139,9	119,3
Acquisitions d'actifs non courants :		
• Immobilisations corporelles	(19,3)	(12,8)
• Immobilisations incorporelles	(5,0)	(6,9)
• Immobilisations financières	-	(0,0)
• Autres actifs non courants	(0,3)	(0,0)
Variation des dettes sur immobilisations	(0,6)	(4,9)
Produits des cessions d'actifs non courants	0,8	0,0
Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement^(b)	(24,3)	(24,7)
Produits de la souscription d'emprunts	0,3	301,2
Remboursement d'emprunts	(200,3)	(0,4)
Diminution des dettes de location	(52,2)	(45,4)
Acquisitions (nettes) d'actions propres	0,4	0,1
Intérêts payés	(1,5)	(0,3)
Intérêts liés à la dette de location	(6,1)	(6,5)
Flux nets de trésorerie liés aux activités de financement^(c)	(259,5)	248,7
Variation nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie et gains / pertes de change	0,1	(0,5)
Variation nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie ^{(a)+(b)+(c)}	(143,8)	342,8
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture	296,7	94,5
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	152,9	437,3

Réseau de magasins ¹¹ (En unités)	A la fin de :											
	T1 19	T2 19	T3 19	T4 19	2019	T1 20	T2 20	T3 20	T4 20	2020	T1 21	T2 21
France	221	224	227	233	233	228	227	227	228	228	223	222
Italie	45	47	48	48	48	48	48	48	49	49	49	49
Espagne	23	24	24	27	27	27	27	27	27	27	26	28
Belgique	21	21	22	24	24	23	23	23	24	24	25	26
Allemagne	10	10	10	11	11	11	10	10	11	11	11	12
Suisse	7	8	8	9	9	9	9	9	9	9	10	10
Luxembourg	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Portugal	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Autriche	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Royaume Uni	4	4	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
États Unis (MDM)	1	1	1	2	2	2	-	-	-	-	-	-
États Unis (Modani)	14	15	16	18	18	19	18	18	17	17	17	17
Nombre de magasins	349	358	364	376	376	371	366	366	369	369	366	369
Ouvertures nettes	0	+9	+6	+12	+27	-5	-5	0	+3	-7	-3	+3
Surface ('000 m²)	398,6	408,1	416,7	432,3	432,3	431,3	428,5	429,1	434,6	434,6	433,4	438,7
Variation nette	+0,2	+9,5	+8,6	+15,6	+33,9	-1,0	-2,8	+0,6	+5,5	+2,3	-1,2	+5,3

¹¹ Excluant les magasins franchisés.

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 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 BtoB 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.

Marge brute : La marge brute est définie comme les ventes diminuées du coût des biens vendus. Elle s'exprime également sous forme de pourcentage des ventes.

EBITDA : L'EBITDA est défini comme étant le résultat opérationnel courant, après exclusion (i) des dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations, (ii) de la variation de la juste valeur des instruments financiers dérivés, et (iii) des charges encourues avant l'ouverture des nouveaux magasins.

EBIT : L'EBIT est défini comme l'EBITDA après prise en compte des dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations.

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.

Levier financier : Le levier financier est calculé en divisant l'endettement net par l'EBITDA (incluant Modani sur une base pro forma pour la période, hors dettes relatives à l'earn-out et à l'option de vente).

Flux de trésorerie disponible : Est défini comme la trésorerie nette provenant des activités opérationnelles moins la somme de : dépenses d'investissement, immobilisations incorporelles et autres actifs non courants, variation des dettes sur immobilisations, produits des cessions d'actifs non courants et diminution des dettes de location.

Calendrier financier¹²

27 Octobre 2021 Ventes du T3 2021

08 Novembre 2021 Journée Investisseurs

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 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 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 1 182 millions d'euros en 2020. Au 31 décembre 2020, le Groupe exploitait un réseau de 369 magasins dans neuf pays –France, Italie, Espagne, Belgique, Luxembourg, Allemagne, Suisse, États-Unis et Portugal –, et a généré 47% de ses ventes hors de France. Le Groupe a également construit 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, enrichie par le lancement d'une marketplace en France en novembre 2020, a représenté 33% des ventes du Groupe en 2020 et est disponible dans les pays d'implantation des magasins, ainsi qu'en Autriche, aux Pays-Bas et au Royaume-Uni.

corporate.maisonsdumonde.com

Contacts

Relations Investisseurs

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

Relations Presse

Mathilde Degeorges – +33 6 73 66 23 28
mdegeorges@maisonsdumonde.com

¹² Calendrier indicatif.

Maisons du Monde - Résultats semestriels annuels 2021
Détails de connexion à la conférence téléphonique et la webdiffusion
Mercredi, 28 juillet 2021 à 09:00 CEST

Conference Call Connection Details

- Veuillez-vous inscrire en utilisant le lien ci-dessous 15 à 30 minutes avant l'heure de début prévue.
- Les participants recevront par e-mail un code d'accès unique à l'événement et un numéro d'identification.
- Veuillez-vous connecter à l'un des numéros fournis dans l'e-mail et suivre les instructions pour être connecté à l'appel.

<http://emea.directeventreg.com/registration/1065826>

Lien de la webdiffusion :

- Veuillez-vous connecter en utilisant le lien ci-dessous au moins 15 minutes avant l'heure de début prévue.

<https://edge.media-server.com/mmc/p/a8fojc4f>

Numéro pour le replay

Disponible du 28/07/21 (14h00 CEST) au 04/08/2021 (14h00 CEST)

Code de confirmation : 1065826

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-Uni

+44 (0) 844 5718951

États-Unis

+1 (917) 677-7532