

MAISONS DU MONDE : VENTES DU PREMIER TRIMESTRE 2019

Performance solide, en ligne avec les objectifs annuels

Poursuite de la forte dynamique des ventes en ligne et à l'international

-
- **Ventes en hausse de 9,9% à 280 M€, et de 6,4% à périmètre constant¹**
 - **Croissance à périmètre comparable de 2,4%², malgré des effets calendaires et de base défavorables et des conditions de marché atones en France**
 - **Poursuite de la forte dynamique des ventes en ligne (+21,6%) et à l'international (+23,5%), représentant respectivement environ 26% et 44% des ventes**
 - **4 ouvertures brutes de magasins (incluant 1 pour Modani) et 4 fermetures pour repositionnement**
 - **Objectifs de l'année 2019 confirmés³ :**
 - **Poursuite d'une croissance des ventes autour de 10%**
 - **35-40 ouvertures brutes de magasins, dont deux tiers hors de France, et environ 10 fermetures de magasins pour repositionnement**
 - **Marge d'EBITDA supérieure à 13% des ventes**
-

Nantes, 9 mai 2019

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 2019.

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

« Maisons du Monde a enregistré une solide performance de ses ventes au cours du premier trimestre 2019, malgré un environnement commercial peu porteur en France impactant la distribution physique. La poursuite d'une forte croissance à deux chiffres des ventes en ligne et à l'international, ainsi que la performance solide de Modani, démontrent une fois de plus la force de notre marque, la résilience de notre modèle économique et la solidité de notre stratégie omnicanale et internationale. Malgré un contexte politique et macroéconomique toujours incertain en Europe, nous sommes confiants, forts de notre offre multi-style, notre expérience client différenciante et notre empreinte omnicanale, dans notre capacité à atteindre nos objectifs annuels d'une croissance des ventes autour de 10% et d'une marge d'EBITDA supérieure à 13% des ventes. »

¹ Excluant Modani.

² Excluant Modani et à périmètre magasins comparables.

³ Incluant Modani et avant application de la norme IFRS 16.

Solide performance des ventes du premier trimestre de 2019

Maisons du Monde a enregistré des ventes de €280,3 millions au premier trimestre 2019, en hausse de 9,9% par rapport au premier trimestre 2018 en incluant Modani, et de 6,4% à périmètre constant. La croissance des ventes à périmètre comparable a été de 2,4% au premier trimestre de 2019 (à périmètre constant), reflétant une base comparable difficile (hausse des ventes de 5,1% à périmètre comparable au T1 2018), un effet calendaire négatif (lié au décalage de Pâques en avril cette année vs en mars l'an dernier) et des conditions de marché atones en France ayant affecté le trafic en magasins. Les ventes en ligne (+21,6%) et à l'international (+23,5%), représentant respectivement environ 26% et 44% des ventes, ont poursuivi leur forte dynamique de croissance, démontrant la solidité du modèle économique du Groupe et de sa stratégie omnicanale et internationale.

Au cours du premier trimestre, Maisons du Monde a continué de se concentrer sur la mise en œuvre de ses priorités stratégiques. Le Groupe a ainsi poursuivi le développement d'offres innovantes, au travers du déploiement de sa collection d'articles de décoration Printemps / Eté 2019 en janvier, composée de six thèmes différents, du lancement de ses nouveaux catalogues de mobilier d'intérieur et d'extérieur en mars, incluant de nombreuses nouveautés dans ses différents styles, ainsi que du lancement de son nouveau catalogue BtoB, présentant 135 références spécialement conçues pour ce marché. Le Groupe a également encore progressé dans l'amélioration de l'expérience client omnicanale avec, entre autres, la poursuite du déploiement de ses « Coins Conseil Déco », désormais disponibles dans 87 magasins, tout en poursuivant ses efforts pour renforcer ses relations clients, au travers d'initiatives telles que le lancement d'un e-catalogue afin de favoriser l'inspiration des clients en ligne, ainsi que la mise en œuvre d'un nouvel outil CRM pour les notifications push sur le web.

Par ailleurs, Maisons du Monde a poursuivi la mise en œuvre du plan de développement de son réseau de magasins durant le premier trimestre, réalisant 3 ouvertures brutes, toutes en France, dont 2 *shop-in-shops* dans les grands magasins du Printemps à Metz et à Rennes. Quatre autres magasins ont été fermés au cours de la période (dont 3 en France et 1 en Belgique) dans le cadre de la gestion active du portefeuille de magasins du Groupe. Au 31 mars 2019, Maisons du Monde opérait 335 magasins dans 9 pays, avec une surface de vente totale de 387 700 m².

Enfin, Modani a continué à réaliser de bonnes performances, enregistrant des ventes de €8,9 millions au premier trimestre 2019, en hausse à deux chiffres par rapport au premier trimestre 2018. Un nouveau showroom a été ouvert à Paramus, dans le New Jersey, au cours de la période, portant le total à 14 sur l'ensemble du territoire des États-Unis au 31 mars 2019.

Objectifs de l'année 2019 confirmés⁴

Malgré un environnement macroéconomique et politique qui devrait demeurer incertain en Europe, la solide performance de Maisons du Monde au premier trimestre lui permet de confirmer ses objectifs de l'année 2019 :

- Poursuite d'une croissance des ventes autour de 10% ;
- 35-40 ouvertures brutes de magasins, dont deux tiers hors de France (incluant 5 pour Modani), et environ 10 fermetures de magasins pour repositionnement (principalement en France) ;
- Marge d'EBITDA supérieure à 13% des ventes.

⁴ Incluant Modani et avant application de la norme IFRS 16.

ANNEXES

Résumé des ventes du T1 2019⁵

En millions d'euros	Trimestre clos le 31 mars		
	2018	2019	% variation
Ventes	255,1	280,3	+9,9%
<i>% variation à périmètre comparable</i>	<i>+5,1%</i>	<i>+2,4%</i>	<i>-</i>
Ventes par zone géographique			
France	154,7	156,3	+1,0%
International	100,4	124,0	+23,5%
Total	255,1	280,3	+9,9%
France (%)	60,7%	55,8%	-
International (%)	39,3%	44,2%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	195,7	208,1	+6,3%
Ventes en ligne	59,4	72,2	+21,6%
Total	255,1	280,3	+9,9%
Réseau de magasins (%)	76,7%	74,2%	-
Ventes en ligne (%)	23,3%	25,8%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	141,6	149,2	+5,3%
Meubles	113,5	131,1	+15,6%
Total	255,1	280,3	+9,9%
Décoration (%)	55,5%	53,2%	-
Meubles (%)	44,5%	46,8%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-

⁵ Incluant Modani.

Résumé des ventes à périmètre constant du T1 2019⁶

En millions d'euros	Trimestre clos le 31 mars		
	2018	2019	% variation
Ventes	255,1	271,4	+6,4%
<i>% variation à périmètre comparable</i>	<i>+5,1%</i>	<i>+2,4%</i>	<i>-</i>
Ventes par zone géographique			
France	154,7	156,3	+1,0%
International	100,4	115,1	+14,6%
Total	255,1	271,4	+6,4%
France (%)	60,7%	57,6%	-
International (%)	39,3%	42,4%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	195,7	199,9	+2,2%
Ventes en ligne	59,4	71,4	+20,3%
Total	255,1	271,4	+6,4%
Réseau de magasins (%)	76,7%	73,7%	-
Ventes en ligne (%)	23,3%	26,3%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	141,6	149,1	+5,3%
Meubles	113,5	122,3	+7,8%
Total	255,1	271,4	+6,4%
Décoration (%)	55,5%	54,9%	-
Meubles (%)	44,5%	45,1%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-

⁶ Excluant Modani.

Principaux indicateurs financiers du T1 2019

En millions d'euros	Trimestre clos le 31 mars		
	2018	2019	% variation
Ventes	255,1	280,3	+9,9%
<u>Dont</u> Maisons du Monde	255,1	271,4	+6,4%
% variation à périmètre comparable	+5,1%	+2,4%	-
Modani	-	8,9	n/a

Évolution du réseau de magasins Maisons du Monde⁷

En unités	Période close le					
	31-mar-18	30-jun-18	30-sep-18	31-déc-18	31-déc-18	31-mar-19
France	214	217	217	221	221	221
Italie	42	42	45	45	45	45
Belgique	21	21	21	22	22	21
Espagne	20	20	21	23	23	23
Luxembourg	2	3	3	3	3	3
Allemagne	9	9	9	10	10	10
Suisse	6	6	6	7	7	7
Royaume-Uni	-	3	4	4	4	4
États-Unis	-	-	-	1	1	1
Nombre de magasins	314	321	326	336	336	335
<i>Ouvertures brutes</i>	<i>+4</i>	<i>+7</i>	<i>+7</i>	<i>+10</i>	<i>+28</i>	<i>+3</i>
<i>Fermetures</i>	<i>(4)</i>	<i>0</i>	<i>(2)</i>	<i>0</i>	<i>(6)</i>	<i>(4)</i>
Ouvertures nettes	0	+7	+5	+10	+22	(1)
Surface ('000 m²)	365,6	371,1	376,7	387,2	387,2	387,7
<i>Surface ajoutée</i>	<i>+4,1</i>	<i>+5,5</i>	<i>+6,7</i>	<i>+10,5</i>	<i>+26,8</i>	<i>+1,8</i>
<i>Surface fermée</i>	<i>(1,7)</i>	<i>0,0</i>	<i>(1,1)</i>	<i>0,0</i>	<i>(2,8)</i>	<i>(1,3)</i>
Variation nette	+2,5	+5,5	+5,5	+10,5	+24,1	+0,5

⁷ Excluant Modani et les magasins franchisés.

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 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).

Calendrier financier⁸

3 juin 2019	Assemblée Générale des actionnaires
18 Juin 2019	Journée Investisseurs
29 juillet 2019	Résultats du S1 2019 (communiqué de presse et conférence téléphonique après bourse)
30 octobre 2019	Ventes du T3 2019 (communiqué de presse après bourse)

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 1 111 millions d'euros en 2018, et son EBITDA était de 148 millions d'euros. Au 31 décembre 2018, le Groupe exploitait un réseau de 336 magasins dans neuf pays –France, Italie, Espagne, Belgique, Luxembourg, Allemagne, Suisse, États-Unis et Royaume-Uni–, et a généré 40% 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 2018. Cette plateforme, qui a représenté 23% des ventes du Groupe en 2018, est disponible dans les neuf pays d'implantation des magasins, ainsi qu'en Autriche, aux Pays-Bas et au Portugal. 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 13 magasins.

corporate.maisonsdumonde.com

Contacts

Relations Investisseurs

Laurent Sfaxi – +33 2 51 71 52 07

lsfaxi@maisonsdumonde.com

Relations Presse

Clémentine Prat – +33 2 51 79 54 08

cprat@maisonsdumonde.com

⁸ Calendrier indicatif.