

**MAISONS DU MONDE : CHIFFRE D'AFFAIRES DU TROISIÈME TRIMESTRE 2016****Poursuite de la dynamique de croissance dans toutes les activités et géographies****Nouveaux progrès autour de la stratégie omnicanale du Groupe****Révision à la hausse des objectifs pour 2016**

Maisons du Monde (Euronext Paris : MDM), un leader européen de collections originales et accessibles d'articles de décoration et de mobilier pour la maison, annonce aujourd'hui son chiffre d'affaires du troisième trimestre 2016.

**Faits marquants**

- Forte croissance au T3 2016 : hausse des Ventes de 25,1% par rapport au T3 2015, à 204 millions d'euros, et de 13,6% à Périmètre Constant ;
- Ventes à fin septembre 2016 de 594 millions d'euros (+27,0%), avec une hausse des Ventes de 15,6% à Périmètre Constant par rapport à fin septembre 2015 ;
  - Bonne dynamique de croissance dans toutes les activités et les zones géographiques ;
  - Nouveaux progrès réalisés par le Groupe autour de sa stratégie omnicanale, avec le déploiement du service de livraison gratuite en magasins en Italie fin septembre 2016 ;
  - Bon accueil réservé par les clients à la nouvelle collection Automne-Hiver du Groupe, implantée de manière progressive en magasins depuis la mi-août 2016 ;
  - 20 ouvertures nettes à fin septembre 2016, dont 13 à l'international ;
  - Ouverture réussie de la première franchise internationale du Groupe à Casablanca au Maroc.

**Révision à la hausse des objectifs pour 2016**

- Comme annoncé en août 2016, Maisons du Monde relève ses objectifs pour 2016, sur la base de la forte performance du Groupe sur les neuf premiers mois de l'année.
  - Croissance des Ventes supérieure à 20% par rapport à 2015, contre un objectif initial d'environ 15% annoncé au moment de l'introduction en Bourse (fourchette de 800 à 815 millions d'euros) ;
  - Croissance des Ventes à Périmètre Constant supérieure à 10% par rapport à 2015, contre un objectif initial d'une croissance à un chiffre en milieu de fourchette ;
  - 25 ouvertures nettes pour 2016, contre un objectif initial de 20 ouvertures ;
  - Marge d'EBITDA consolidée supérieure à 13,5% des Ventes consolidées, contre un objectif initial d'une marge supérieure à 13% annoncé au moment de l'introduction en Bourse ;
  - Ratio d'endettement net de l'ordre de 2,0x à fin décembre 2016, contre un objectif initial d'un ratio équivalent ou inférieur à 2,25x ;
  - L'effet de base positif de l'exercice 2016 sera pris en compte dans la formulation des objectifs du Groupe pour l'exercice 2017, qui seront communiqués à l'occasion de la publication des résultats annuels 2016.

**À cette occasion, Gilles Petit, Directeur Général de Maisons du Monde, a déclaré :**

« Maisons du Monde a de nouveau enregistré une forte croissance au troisième trimestre 2016, avec une progression à deux chiffres de ses Ventes dans toutes ses activités et zones géographiques. Je suis particulièrement satisfait que cette performance ait été bien équilibrée entre la Décoration et le Meuble et dans tous les pays où nous opérons. Nos initiatives multicanales continuent de se déployer avec succès et au rythme prévu, et nos nouvelles collections connaissent également un bon démarrage.

Comme annoncé en août dernier, nous révisons aujourd'hui à la hausse nos objectifs pour 2016 sur le chiffre d'affaires, la marge et le ratio d'endettement net. Nous sommes très confiants dans notre capacité à atteindre ces nouveaux objectifs ».

\*\*\*

## Résumé des Ventes du T3 2016

### Indicateurs financiers sélectionnés (IFRS – non audités)

(En millions d'euros)	Exercice clos le 30 septembre		
	T3 2015	T3 2016	% Variation
<b>Ventes par zone géographique</b>			
France	106,1	128,5	+21,1%
International	57,0	75,6	+32,6%
<b>Total Ventes</b>	<b>163,1</b>	<b>204,1</b>	<b>+25,1%</b>
<b>Ventes par catégories de produits</b>			
Décoration	86,4	108,0	+25,1%
Meuble	76,8	96,1	+25,2%
<b>Total Ventes</b>	<b>163,1</b>	<b>204,1</b>	<b>+25,1%</b>
<b>Ventes par canal de distribution</b>			
Réseau de magasins	132,5	161,6	+22,0%
Ventes en ligne	30,6	42,5	+38,8%
<b>Total Ventes</b>	<b>163,1</b>	<b>204,1</b>	<b>+25,1%</b>

## Résumé des Ventes des 9M 2016

### Indicateurs financiers sélectionnés (IFRS – non audités)

(En millions d'euros)	Exercice clos le 30 septembre		
	9M 2015	9M 2016	% Variation
<b>Ventes par zone géographique</b>			
France	305,5	378,5	+23,9%
International	161,9	215,2	+32,9%
<b>Total Ventes</b>	<b>467,4</b>	<b>593,7</b>	<b>+27,0%</b>
<b>Ventes par catégories de produits</b>			
Décoration	244,3	310,3	+27,0%
Meuble	223,1	283,4	+27,0%
<b>Total Ventes</b>	<b>467,4</b>	<b>593,7</b>	<b>+27,0%</b>
<b>Ventes par canal de distribution</b>			
Réseau de magasins	381,5	474,1	+24,2%
Ventes en ligne	85,8	119,6	+39,4%
<b>Total Ventes</b>	<b>467,4</b>	<b>593,7</b>	<b>+27,0%</b>

## 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 ou de sources externes. 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 force de son activité. Ces indicateurs peuvent ne pas être comparables avec des indicateurs similaires utilisés par d'autres entreprises concurrentes ou tierces. Les indicateurs pouvant différer d'une entreprise à l'autre sont notamment les Ventes, les Ventes à Périmètre Constant et l'EBITDA.

Ventes : Les « Ventes » correspondent aux revenus générés par la vente d'articles de décoration et de mobilier, réalisées en magasins ou par le biais des applications mobiles ou des sites Internet. Elles excluent les frais de livraison, les frais aux transporteurs pour produits endommagés, et le chiffre d'affaires de Distrimag pour services logistiques fournis à des tiers. Le Groupe utilise le concept de « Ventes », plutôt que celui de « Chiffre d'Affaires » pour les besoins du calcul de sa croissance à périmètre constant, de sa marge brute et de sa marge d'EBITDA.

Évolution des ventes à Périmètre Constant : L'évolution des « Ventes à Périmètre Constant » correspond au pourcentage d'évolution des Ventes réalisées en magasins, sur les plateformes de ventes en ligne et via les activités B2B, diminuées des retours produits effectués entre un exercice (n) et l'exercice précédent comparable (n-1), hors évolution des Ventes générées par les 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 ou services vendus. Elle s'exprime également sous forme de pourcentage des Ventes.

EBITDA : L'EBITDA est défini comme étant le résultat opérationnel avant éléments opérationnels non récurrents, et après exclusion (i) des dotations aux amortissements, provisions et charges de dépréciation, (ii) des variations de juste valeur des instruments dérivés de couverture, (iii) des frais de gestion facturés par l'actionnaire avant l'introduction en Bourse et (iv) et 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 charges de dépréciation.

Endettement net : L'endettement net correspond au total de la ligne de crédit à long terme, de la facilité de crédit renouvelable, des dettes de location-financement, des dépôts et des découverts bancaires, moins la trésorerie et équivalents de trésorerie.

Levier d'endettement net : Le levier d'endettement net est calculé en divisant le montant d'endettement net par l'EBITDA.

## Calendrier Financier

7 mars 2017 – Résultats annuels 2016

## Contacts

### Relations Investisseurs

Laurent Sfaxi – +33 2 51 71 52 07

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

### Relations Presse

Stéphanie Elbaz (Havas Paris) – +33 1 58 47 97 73

[stephanie.elbaz@havasww.com](mailto:stephanie.elbaz@havasww.com)

\*\*\*

## 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 obtenir 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 dans le secteur de l'aménagement de la maison, proposant des collections de meubles et des objets de décoration originaux et accessibles, déclinés en différents styles. Le Groupe développe son activité 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 développé ses activités à travers l'Europe depuis 2003. Au 31 décembre 2015, les ventes du Groupe ont atteint 699 millions d'euros, et son EBITDA s'élève à 95 millions d'euros. Le Groupe exploite 262 magasins dans sept pays – France, Italie, Espagne, Belgique, Allemagne, Suisse et Luxembourg – et a généré 34 % de ses ventes hors France au cours de l'année 2015. Le Groupe a par ailleurs réussi l'intégration d'une plateforme de commerce en ligne complète et complémentaire, dont le taux de croissance moyen annuel de ses ventes a atteint 36% de 2010 à 2015. Cette plateforme, disponible dans onze pays (les sept pays d'implantation de ses magasins, ainsi que l'Autriche, les Pays-Bas, le Portugal et le Royaume-Uni), a réalisé 17% des Ventes consolidées du Groupe pour l'année 2015.

[www.maisonsdumondeipo.com](http://www.maisonsdumondeipo.com)