



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MAISONS DU MONDE : VENTES DU TROISIÈME TRIMESTRE 2018

Solide progression des ventes au T3 et croissance positive à périmètre comparable dans un environnement commercial peu porteur, comme anticipé

Mise à jour des objectifs pour l'année 2018

- **Ventes en hausse de 8,6% à 260 M€ au T3 2018 incluant Modani, et de 5,0% à périmètre constant ; hausse des ventes de 10,2% sur 9M 2018, dont +8,1% à périmètre constant**
- **Croissance des ventes à périmètre comparable de 1,1% au T3 2018 (hors Modani), et de 3,6% sur 9M 2018, reflétant un effet de base défavorable et un environnement commercial peu porteur, comme anticipé**
- **Poursuite de la forte dynamique de croissance des ventes en ligne (+17,6%) et à l'international (+11,5%) au T3 2018, représentant respectivement 24% et 41% des ventes à fin septembre 2018**
- **5 ouvertures nettes de magasins enregistrées au T3 2018, et 12 sur 9M 2018 (dont 8 à l'international)**
- **Mise à jour des objectifs pour l'année 2018 :**
 - **À périmètre constant, croissance des ventes désormais attendue entre 7 et 8%**
 - **En incluant Modani, croissance des ventes désormais attendue entre 9 et 10%**
 - **Ouvertures nettes de magasins :**
 - ✓ **À périmètre constant : 22 ouvertures nettes**
 - ✓ **En incluant Modani : 25 ouvertures nettes**
 - **Objectif d'EBITDA inchangé en valeur absolue, tant à périmètre constant qu'en incluant Modani**

Julie Walbaum, Directrice Générale, Arnaud Louet, Directeur Financier, tiendront une conférence téléphonique à destination des analystes et investisseurs mercredi 7 novembre 2018 à 18h30 (heure de Paris, GMT+1)

Nantes, 7 novembre 2018

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 troisième trimestre 2018.

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

« La performance réalisée par Maisons du Monde au troisième trimestre démontre la solidité du modèle économique et de la stratégie omnicanale du Groupe. La poursuite de la forte dynamique de croissance des ventes en ligne et des activités à l'international, en hausse à deux chiffres, a permis de compenser un environnement commercial peu porteur en France, comme anticipé, et un effet de base défavorable. Grâce à son intégration réussie, Modani a également contribué à la croissance globale des ventes au troisième trimestre.

Nous anticipons au quatrième trimestre des tendances dans la continuité de celles enregistrées au T3, avec une forte dynamique des ventes en ligne et à l'international, mais un environnement toujours peu porteur dans les magasins en France. Dans cette optique, nous avons légèrement revu nos objectifs de croissance des ventes pour l'année 2018. Malgré des perspectives de croissance plus prudentes, nous maintenons notre précédent objectif d'EBITDA en valeur absolue, tant à périmètre constant qu'en incluant Modani.

Nous avons également mis à jour notre prévision d'ouvertures nettes de magasins et prévoyons désormais d'ouvrir 22 magasins Maisons du Monde. Cet objectif inclut un premier test du concept Maisons du Monde aux États-Unis avec l'ouverture d'un magasin à Miami avant la fin de l'année.

Au cours de cette période clé du quatrième trimestre, les équipes de Maisons du Monde sont pleinement concentrées sur la mise en œuvre de la stratégie omnicanale et des initiatives commerciales du Groupe, tout en poursuivant son plan de développement tant en France qu'à l'international. »

Performance du T3 2018 reflétant un environnement commercial peu porteur, comme anticipé

Au troisième trimestre 2018, Maisons du Monde a réalisé des ventes de 260 millions d'euros, en hausse de 8,6% par rapport au troisième trimestre 2017 incluant Modani, et de 5,0% à périmètre constant. La croissance des ventes à périmètre comparable a été de 1,1% (hors Modani), tenant compte d'une base de comparaison élevée (croissance des ventes à périmètre comparable de 10,3% au T3 2017) et d'un effet calendaire négatif. Cette performance a également reflété un environnement commercial peu porteur dans les magasins en France.

Le trimestre a été marqué par la poursuite d'une forte dynamique de croissance des ventes en ligne, en hausse de 17,6% comparé au troisième trimestre 2017 (24% des ventes), et des ventes à l'international, en hausse de 11,5% par rapport à la même période (41% des ventes), confirmant la solidité du modèle économique et de la stratégie omnicanale du Groupe.

Maisons du Monde a également continué à proposer une offre attractive à ses clients. Outre la collection de décoration automne-hiver, les principales réalisations ont inclus le lancement du premier catalogue Luminaires, d'une collection capsule en partenariat avec Chantal Thomass, et d'une collection pour animaux domestiques. De plus, le Groupe a déployé avec succès son service de conseil Déco en magasins et digital, dont une application 3D permettant aux clients de visualiser les meubles chez eux.

Par ailleurs, Maisons du Monde a poursuivi la mise en œuvre de son plan de développement, réalisant 5 ouvertures nettes de magasins sur le trimestre (avec 7 ouvertures brutes, dont 5 à l'international, et 2 fermetures pour repositionnement en France). L'ouverture d'un magasin *flagship* dans le centre-ville de Madrid (Espagne) a renforcé la stratégie d'expansion du réseau de magasins du Groupe. Par ailleurs, un nouveau magasin en franchise a été ouvert en août 2018 à Dubaï, portant le total à 7 dans le monde.

Enfin, depuis son acquisition en mai dernier, Modani a réalisé des performances conformes aux attentes et les synergies commerciales ont continué à être mises en œuvre. Trois nouveaux showrooms ont de plus également été ouverts en juillet 2018, portant le total à 13 aux États-Unis.

Poursuite de la forte dynamique des ventes en ligne et à l'international sur 9M 2018

Sur les neuf premiers mois de l'année 2018, Maisons du Monde a réalisé des ventes de 767 millions d'euros, en hausse de 10,2% par rapport aux neuf premiers mois de l'année 2017 en incluant Modani, et de 8,1% à périmètre constant. La croissance des ventes à périmètre comparable s'est établie à 3,6% (hors Modani), reflétant une base de comparaison élevée (hausse des ventes à périmètre comparable de 9,4% sur 9M 2017), ainsi qu'un environnement commercial peu porteur en France, en particulier au troisième trimestre. La dynamique de croissance est restée forte tant pour les ventes en ligne, en hausse de 17,7% comparé aux neuf premiers mois de l'année 2017, que pour les ventes à l'international, en hausse de 12,9% par rapport à la même période. Les ventes en ligne représentent désormais 24% des ventes, et celles à l'international 41%, démontrant le succès de la stratégie omnicanale et internationale du Groupe.

Sur les neuf premiers mois de l'année 2018, Maisons du Monde a enregistré 12 ouvertures nettes de magasins, avec 18 ouvertures brutes (dont 9 à l'international et 5 *shop-in-shops*) et 6 fermetures pour repositionnement (dont 5 en France). Au 30 septembre 2018, le Groupe exploitait 325 magasins dans 8 pays en Europe.

Mise à jour des objectifs pour l'année 2018

Sur la base de sa performance au troisième trimestre et sur les neuf premiers mois de 2018, et de ses attentes pour le quatrième trimestre, Maisons du Monde met à jour ses objectifs pour l'année 2018 :

- À périmètre constant, croissance des ventes désormais attendue entre 7 et 8% ;
- En incluant Modani, croissance des ventes désormais attendue entre 9 et 10% ;
- Ouvertures nettes de magasins :
 - À périmètre constant : 22 ouvertures nettes ;
 - En incluant Modani : 25 ouvertures nettes ;
- Objectif d'EBITDA inchangé en valeur absolue, tant à périmètre constant qu'en incluant Modani.



Détails de la conférence téléphonique et du webcast

Julie Walbaum, Directrice Générale, et Arnaud Louet, Directeur Financier, tiendront une conférence téléphonique, accessible également par Internet, mercredi 7 novembre 2018 à 18h30 (heure de Paris, GMT+1) afin de présenter la performance de Maisons du Monde pour les T3 & 9M 2018. Le support de présentation sera mis en ligne avant le début de l'évènement sur le site Internet du Groupe, accessible à l'adresse <https://corporate.maisonsdumonde.com/fr>.

Si vous souhaitez participer à la conférence téléphonique, veuillez-vous connecter 10 minutes avant le début de l'évènement en direct en utilisant le code d'accès et les numéros de téléphone suivants :

Code d'accès	703 62 26
France	+33 (0)1 76 77 22 57
États-Unis	+1 929 477 0448
Royaume-Uni	+44 (0)330 336 9411
Allemagne	+49 (0)69 2222 2018
Espagne	+34 91 419 2514
Italie	+39 02 3600 9838
Suisse	+41 (0)22 567 5750

La conférence téléphonique sera retransmise simultanément par Internet et sera accessible à l'adresse <https://edge.media-server.com/m6/p/ibsay2by>.

Une archive sera disponible sur Internet environ deux heures après la fin de l'évènement en direct pour une durée d'un an et sera accessible à l'adresse <https://edge.media-server.com/m6/p/ibsay2by>.

ANNEXES

Résumé des ventes du T3 2018 de Maisons du Monde¹

En millions d'euros	Trimestre clos le 30 septembre		
	2017	2018	% variation
Ventes	239,3	251,2	+5,0%
<i>% variation à périmètre comparable</i>	<i>+10,3%</i>	<i>+1,1%</i>	<i>-</i>
Ventes par zone géographique			
France	146,3	147,6	+0,8%
International	92,9	103,6	+11,5%
Total	239,3	251,2	+5,0%
France (%)	61,2%	58,8%	-
International (%)	38,8%	41,2%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	188,1	190,9	+1,5%
Ventes en ligne	51,2	60,2	+17,6%
Total	239,3	251,2	+5,0%
Réseau de magasins (%)	78,6%	76,0%	-
Ventes en ligne (%)	21,4%	24,0%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	134,7	135,6	+0,7%
Meubles	104,6	115,6	+10,5%
Total	239,3	251,2	+5,0%
Décoration (%)	56,3%	54,0%	-
Meubles (%)	43,7%	46,0%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-

¹ Excluant Modani.

Résumé des ventes des 9M 2018 de Maisons du Monde²

En millions d'euros	Neuf mois clos le 30 septembre		
	2017	2018	% variation
Ventes	695,9	752,4	+8,1%
<i>% variation à périmètre comparable</i>	<i>+9,4%</i>	<i>+3,6%</i>	<i>-</i>
Ventes par zone géographique			
France	425,3	446,9	+5,1%
International	270,5	305,4	+12,9%
Total	695,9	752,4	+8,1%
France (%)	61,1%	59,4%	-
International (%)	38,9%	40,6%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	542,6	571,9	+5,4%
Ventes en ligne	153,2	180,4	+17,7%
Total	695,9	752,4	+8,1%
Réseau de magasins (%)	78,0%	76,0%	-
Ventes en ligne (%)	22,0%	24,0%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	377,6	399,9	+5,9%
Meubles	318,3	352,5	+10,7%
Total	695,9	752,4	+8,1%
Décoration (%)	54,3%	53,2%	-
Meubles (%)	45,7%	46,8%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-

² Excluant Modani.

Principaux indicateurs financiers du T3 2018

En millions d'euros	Trimestre clos le 30 septembre		
	2017	2018	% variation
Ventes	239,3	259,8	+8,6%
<u>Dont</u> : Maisons du Monde	239,3	251,2	+5,0%
% variation à périmètre comparable	+10,3%	+1,1%	-
Modani	-	8,6	n/a

Principaux indicateurs financiers des 9M 2018

En millions d'euros	Neuf mois clos le 30 septembre		
	2017	2018	% variation
Ventes	695,9	766,8	+10,2%
<u>Dont</u> : Maisons du Monde	695,9	752,4	+8,1%
% variation à périmètre comparable	+9,4%	+3,6%	-
Modani	-	14,5	n/a

Évolution du réseau de magasins Maisons du Monde³

En unités	Période close le				
	31-déc-17	31-mar-18	30-juin-18	30-sept-18	30-Sept-18
France	212	213	216	216	216
Italie	42	42	42	45	45
Belgique	22	21	21	21	21
Espagne	20	20	20	21	21
Luxembourg	2	2	3	3	3
Allemagne	9	9	9	9	9
Suisse	6	6	6	6	6
Royaume-Uni	-	-	3	4	4
Nombre de magasins	313	313	320	325	325
<i>Ouvertures nettes</i>	-	-	+7	+5	+12
Surface de vente ('000 m²)	363,0	365,4	371,0	376,5	376,5
<i>Variation ('000 m²)</i>		+2,4	+5,6	+5,5	+13,5

³ Excluant Modani.

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 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).

Calendrier financier⁴

12 mars 2019

Résultats annuels 2018 (communiqué de presse et conférence téléphonique 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 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 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. En 2017, les ventes du Groupe ont atteint 1 011 millions d'euros et son EBITDA était de 139 millions d'euros. Le Groupe exploitait 313 magasins dans sept pays – France, Italie, Espagne, Belgique, Allemagne, Suisse, et Luxembourg – et a généré 38% de ses ventes hors de France. 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 35% de 2010 à 2017. 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 représenté 21% des ventes du Groupe en 2017.

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

⁴ Calendrier indicatif.