



MAISONS
DU MONDE

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

3 JUIN 2019





Cette présentation 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 la présente présentation 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.





Sir Ian CHESHIRE

Président du Conseil

**Mot de bienvenue
Bureau et quorum
de l'Assemblée**

**MAISONS
DU MONDE**



Sir Ian CHESHIRE

Président du Conseil

Agenda de l'Assemblée

MAISONS
DU MONDE

Agenda

- 1 Introduction
- 2 Résultats 2018
- 3 Feuille de route 2019
- 4 Ventes du premier trimestre 2019
- 5 Intervention des commissaires aux comptes
- 6 La parole aux actionnaires
- 7 Vote des résolutions



Julie WALBAUM

Directrice générale

1 Introduction

MAISONS
DU MONDE

Une nouvelle année de croissance rentable

Ventes	1 111M€	+10,0%
	Ventes totales	Croissance des ventes
	1 085M€	+7,4%
Ventes MDM	Croissance des ventes à périmètre constant	+3,1%
	Croissance des ventes à périmètre comparable	
EBITDA	148M€	+6,6%
	EBITDA	Croissance de l'EBITDA
	13,3%	-40bps
	Marge d'EBITDA	Variation de la marge
Levier	1,2x	+0,3x
	Ratio d'endettement net/EBITDA au 31/12/2018	Hausse vs. 31/12/2017 liée à l'acquisition de Modani

Des performances qui soulignent la solidité de notre modèle économique et de notre stratégie

Croissance des ventes de 7.4% soutenue par tous les segments⁽¹⁾

Géographies

France

+3,6%

International

+13,5%

Canaux

Magasins

+4,4%

Internet

+18,7%

Catégories

Meubles

+9,3%

Décoration

+6,0%

Mise en œuvre avec succès de nos priorités opérationnelles



Renforcement de nos innovations produits

- Renouvellement de nos collections de **meubles** et d'**articles de décoration**
- Enrichissement de nos collections de produits **junior** et d'**extérieur**
- Lancement de notre offre **spécialement dédiée aux clients BtoB**



Poursuite du développement de notre réseau

- Développement soutenu du **réseau de magasins MDM** en Europe
- Expansion aux **États-Unis**



Enrichissement de l'expérience clients omnicanale

- Développement de nouveaux **algorithmes** pour améliorer le **e-merchandising**
- Lancement de nouvelles **solutions de paiement** en ligne et en magasins
- Extension des **services de livraison**
- Lancement de nos solutions omnicanales de **conseil en décoration d'intérieur**



Renforcement des relations clients

- **Investissements marketing** avec une **approche orientée clients** pour le trafic en ligne et dans nos magasins
- Développement de notre **base de clients**
- Renforcement de la **visibilité de notre marque**

Un développement dynamique de notre réseau

Développement soutenu en France :
13 ouvertures brutes

Nouveaux formats de centre-ville

Paris Wagram (mars)



Boulogne (sept.)



Test de formats innovants

Showroom (Paris)



Corners (Printemps)



Expansion dynamique à l'international :
19 ouvertures brutes & 2 franchises

Ouvertures de flagships dans les capitales

Madrid (sept.)



Berlin (déc.)



Démarrage du développement aux États-Unis

Modani: 4 ouvertures brutes & 1 fermeture



MDM : 1^{er} magasin ouvert à Miami (déc.)



Franchise

Martinique (mai), Dubaï (sept.)



Renforcement de la transparence de notre chaîne d'approvisionnement

La traçabilité des matières premières au cœur de l'offre de produits responsables

- ▶ **60% des références** meubles en bois répondent à un critère de durabilité (+4pts)
- ▶ **92% des fournisseurs indiens** engagés dans le programme de traçabilité du bois

Accompagnement des fournisseurs sur les conditions sociales

- ▶ **58% des fournisseurs stratégiques audités** au cours des deux dernières années dont 72 audits sociaux réalisés en 2018
- ▶ **43 fournisseurs chinois** ont participé à la 2^{ème} rencontre inter-fournisseurs sur les conditions sociales



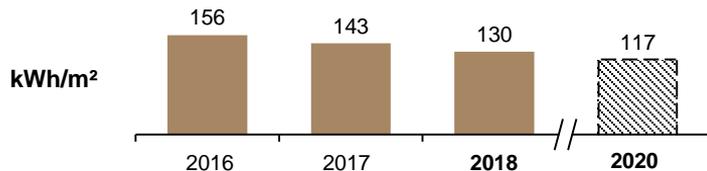
L'éco-conception comme levier d'innovation produit

- ▶ **Formation** de tous les chefs de produits et acheteurs meuble à l'éco-conception
- ▶ **Organisation de la 2^{ème} édition des Trophées de la création Durable** : 50 dossiers d'étudiants reçus et commercialisation des 2 produits lauréats dans le catalogue général 2019
- ▶ **Développement d'une nouvelle gamme éco-conçue** : Falkor (canapé et fauteuil)

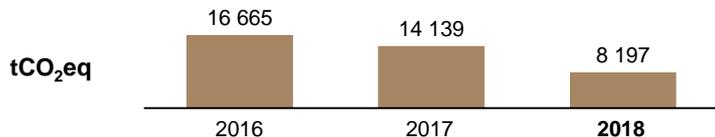


Réduction de l'empreinte environnementale du Groupe

- ▼ **Baisse de 17%** de l'intensité énergétique des magasins et entrepôts (kWh/m²) depuis 2016 (obj. 2020 : -25%)



- ▼ **89%** des magasins alimentés en électricité d'origine renouvelable ce qui conduit à une **baisse de 51%** des émissions de CO₂ directes de scope 1 & 2



- ▼ **Performance reconnue** par le CDP en 2019, notation **A-** (leadership ranking)



Un impact social réel

► Développement des collaborateurs

- ▼ **7 648** employés dans 10 pays, dont 65% de femmes
- ▼ **58%** des directeurs et managers logistiques sont issus de la promotion interne

► Politique de mécénat et d'engagement

- ▼ **3,2 millions de micro-dons collectés** via l'ARRONDI en caisse par nos clients en magasin pour soutenir des projets sélectionnés par la Fondation Maisons du Monde
- ▼ **Plus de 5000 visiteurs** à l'occasion du premier évènement « Aux Arbres » organisé à Nantes par la Fondation Maisons du Monde pour mobiliser citoyens et professionnels autour de la préservation des forêts



Arnaud LOUET

Directeur financier

2 Résultats 2018

MAISONS
DU MONDE

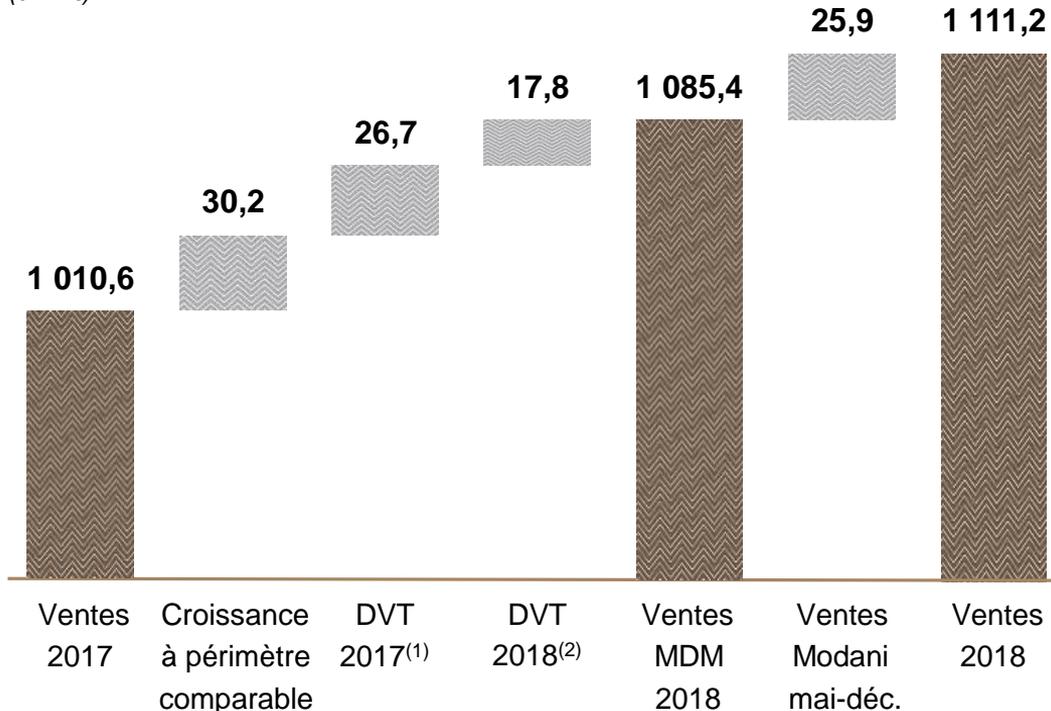
Principaux indicateurs financiers pour 2018

(en M€)	2018	2017	Variation
Ventes	1 111,2	1 010,6	+10,0%
<u>Dont</u> Maisons du Monde	1 085,4	1 010,6	+7,4%
% var. à périmètre comparable	+3,1%	+7,4%	-
Modani	25,9	-	n/a
Marge brute	734,4	673,5	+9,0%
En % des ventes	66,1%	66,6%	(50)pbs
EBITDA	148,0	138,8	+6,6%
En % des ventes	13,3%	13,7%	(40)pbs
EBIT	111,6	106,8	+4,5%
En % des ventes	10,0%	10,6%	(60)pbs
Résultat net	60,7	63,0	(3,7)%

Hausse des ventes soutenue par la croissance à périmètre comparable, le développement et l'acquisition de Modani

ÉVOLUTION DES VENTES

(en M€)



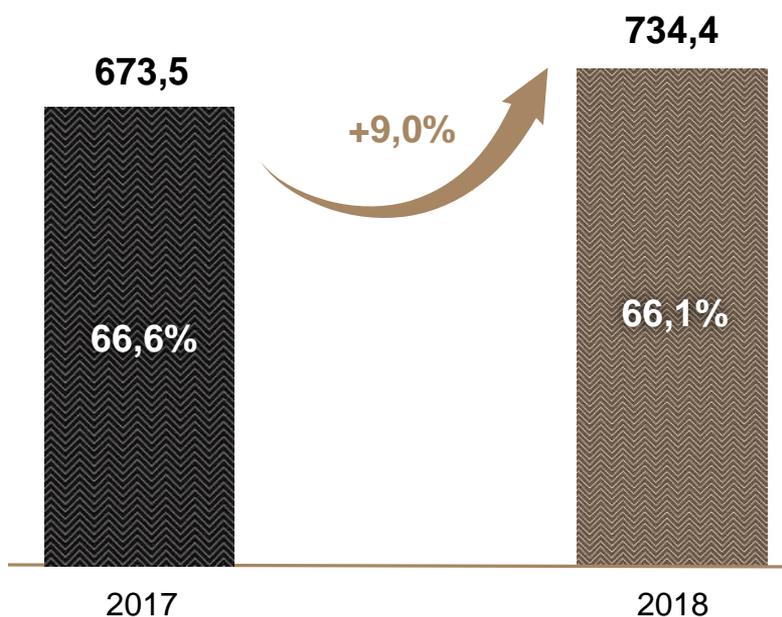
Principaux points

- Contribution du développement 2018 reflétant un calendrier d'ouvertures de magasins très concentrées sur la fin de l'année
- MDM : 22 ouvertures nettes en 2018
 - 28 ouvertures brutes (15 à l'international)
 - Premier magasin MDM aux États-Unis
 - 6 fermetures pour repositionnements (5 en France)
 - Surface de 387 000 m² (+24 000 m²)
 - 336 magasins à fin décembre 2018
- Modani : 3 ouvertures nettes en 2018
 - 4 ouvertures brutes et 1 fermeture
 - 13 magasins à fin décembre 2018

Note: (1) Le développement 2017 inclut les ouvertures brutes et les fermetures sur une base annuelle
 (2) Le développement 2018 inclut les ouvertures et les fermetures prorata temporis sur la période

ÉVOLUTION DE LA MARGE BRUTE

(en M€ et % des ventes)



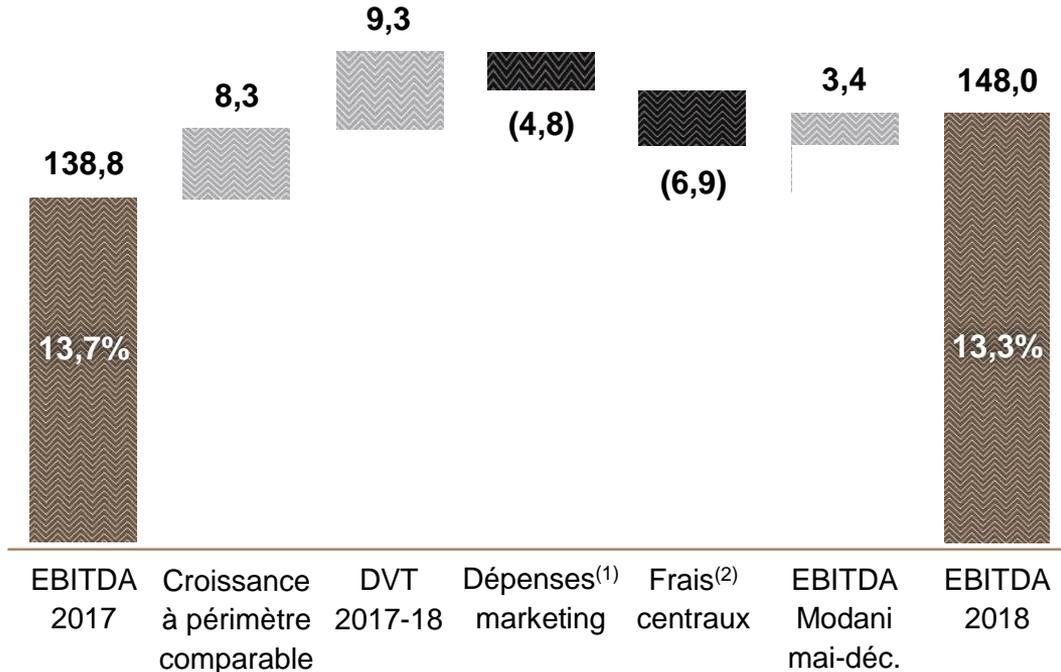
▼ Principaux points

- Baisse du taux de marge brute reflétant :
 - Un impact négatif de 40pbs lié à une hausse de la part des ventes de meubles dans le mix produit de MDM
 - Un impact négatif de 10pbs lié à l'intégration de Modani
- Faible taux de ventes sous promotion à 5,6% des ventes en 2018 (5,2% en 2017)
- Marge brute en % des ventes attendue stable en 2019 par rapport à 2018, reflétant :
 - Un effet de change positif en raison de la politique de couverture du Groupe
 - Un effet mix produit défavorable en raison de la croissance des ventes en ligne

Solide croissance de l'EBITDA, démontrant la pertinence de notre modèle de croissance rentable

ÉVOLUTION DE L'EBITDA

(en M€)



Principaux points

- Confirmation d'une période de montée en puissance de 1 an dans tous les pays matures où le Groupe opère
- Poursuite des investissements dans les initiatives visant à soutenir la croissance future des ventes du Groupe (data, services clients...)
- Hausse des dépenses marketing, comme prévu, afin de soutenir le trafic en ligne et la notoriété de la marque
- Solide contribution de Modani

Note: (1) Dépenses marketing non-allouées entre le périmètre comparable et les nouveaux magasins, hors dépenses marketing spécifiques à chaque magasin
 (2) Frais centraux incluant les frais de siège

PASSAGE DU ROC AU RÉSULTAT NET

(en M€)

	2018	2017
Résultat opérationnel courant	108,2	101,5
Autres produits et charges opérationnels	(4,7)	(1,7)
Résultat opérationnel	103,5	99,8
Résultat financier	(9,3)	(10,4)
Quote-part des sociétés mises en équivalence	-	(1,0)
Résultat avant impôt	94,2	88,3
Impôt sur le résultat	(33,5)	(25,3)
Résultat net	60,7	63,0

▼ Principaux points

■ Résultat opérationnel

- Autres charges incluant en 2018 des coûts liés à l'acquisition de Modani (0,8M€) et à la transition du management (0,9M€), ainsi que des charges de restructuration/provisions pour risques (2,2M€)

■ Résultat net

- Coût de l'endettement net de 6,6M€ en 2018 (6,3M€ en 2017), reflétant de moindres charges financières (4,6M€) et une charge IFRS sans impact sur la trésorerie liée aux OCEANE (4,1M€)

■ Impôt sur le résultat

- Impôts exigibles de 30,8M€ en 2018 (19,6M€ en 2017, incluant 4,2m€ de taxes commerciales (CVAE principalement))
- Taux d'impôt effectif de ~31% en 2018 (~18% en 2017), reflétant le moindre impact de l'utilisation des reports déficitaires
- 2019 : taux d'impôt effectif de ~33%

Flux de trésorerie disponible impacté par la variation du BFR et l'acquisition de Modani

FLUX DE TRÉSORERIE DISPONIBLE

(en M€)

	2016	2017	2018
EBITDA	122,8	138,8	148,0
Variation du BFR lié à l'activité	(41,5)	27,1	(75,8)
Var. des autres éléments lié à l'activité	(23,3)	(12,0)	(20,5)
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles	58,0	153,9	51,6
Dépenses d'investissement	(52,2)	(49,4)	(45,)
Acquisition de Modani	-	-	(36,3)
Rachats d'actions / autres titres	(20,6)	-	-
Produits de cession / dettes sur immo.	6,7	(4,6)	7,5
Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement	(66,1)	(54,0)	(74,6)
Flux de trésorerie disponible	(8,0)	99,9	(23,0)

Principaux points

■ Besoin en fonds de roulement

- Impact négatif sur la trésorerie de 75,8M€ en 2018, reflétant l'augmentation du niveau de stocks de fin d'année

■ Autres éléments opérationnels

- Impact négatif sur la trésorerie de 20,5M€ en 2018, dont 17,7M€ liés au paiement de l'impôt sur le résultat

■ Dépenses d'investissement

- Dépenses d'investissement de 45,8M€ en 2018 (4,1% des ventes), liées principalement aux ouvertures de nouveaux magasins
- Acquisition de Modani pour 36,3M€
 - Flux de trésorerie disponible hors acquisition de Modani de 13,3M€

STRUCTURE DE LA DETTE AU 31 DÉCEMBRE 2019

(en M€)

Calcul de l'endettement net

	31 Décembre 2018
Emprunt obligataire convertible (« OCEANE »)	177,8
Ligne de crédit à long terme	49,6
Facilités de crédit renouvelables	9,3
Autres dettes ⁽¹⁾	6,0
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(57,2)

Endettement net**185,5****Calcul du levier financier**

	31 Décembre 2018
Endettement net	185,5
EBITDA ⁽²⁾	148,7

Endettement net/EBITDA⁽²⁾**1,2x**▼ **Principaux points**

- Hausse de l'endettement financier net liée à la variation du BFR et à l'acquisition de Modani
- Structure d'endettement à LT (maturités : 2021 ligne de crédit ; 2023 obligations convertibles), avec des conditions d'emprunt améliorées
- Levier financier de 1,2x à fin 2018 (0,9x à fin 2017) incluant Modani (1,0x excluant Modani)

Politique de dividende confirmée :

- **Dividende proposé : 0,47€ par action**
- Taux de distribution de 35% du résultat net
- Soumis à l'approbation de l'AG



Julie WALBAUM

Directrice générale

3

Feuille de route
2019

MAISONS
DU MONDE

En 2019, MDM renforce ses 4 piliers stratégiques



Renforcement de nos innovations produits

- Renforcement de notre **approche multi-style** et **orientée clients**
- Poursuite du développement de notre **activité BtoB**



Poursuite du développement de notre réseau

- Développement agile de notre **réseau de magasins**
- Soutien au **développement de Modani** aux États-Unis



Enrichissement de l'expérience clients omnicanale

- Une **expérience web** facilitée pour nos clients
- Une **attention clients** renforcée en **magasin**
- Des **solutions de paiement** diversifiées
- Des **services de livraison** étendus



Renforcement des relations clients

- Une **personnalisation** clients renforcée
- Des **investissements marketing** optimisés
- Un plus grand **rayonnement de notre marque**



Renforcement de notre approche multi-style et orientée clients

Collection Outdoor par styles



Une collection Classique renouvelée



Extension de l'offre cuisines



Une offre petits espaces



Lancement de la personnalisation



Poursuite du développement de notre activité BtoB

- Un catalogue produits enrichi, avec **850 références** dont **135** spécifiquement **conçues pour les pros**
- Une équipe BtoB dédiée avec des **commerciaux terrain**
- Lancement d'un service **de conseil déco** avec des **architectes d'intérieur intégrés**
- Une visibilité accrue**: participation à des **salons internationaux** et ouverture du premier **hôtel à la marque Maisons du Monde**





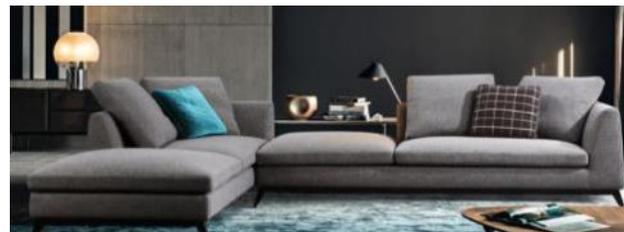
▼ Développement agile de notre réseau de magasins

- Un planning d'ouvertures soutenu
 - 60% des ouvertures en Europe
 - Un nouveau test prévu aux États-Unis
- Relocalisation de magasins en France
 - Gestion dynamique de notre parc



▼ Soutien au développement de Modani aux États-Unis

- Nouvelle collection :
 - 100 références de meubles additionnelles
 - Déploiement de l'offre Déco à travers le réseau
- Nouvelles initiatives marketing pour soutenir la notoriété de la marque
- Nouvelles ouvertures (autour de 5)
 - Au moins 2 ouvertures dans des Etats où Modani est déjà présent



Une **expérience web** facilitée pour nos clients

- Optimisation de la **navigation** pour plus d'inspiration et de ventes
- Refonte de l'**espace clients**



Une **attention clients** renforcée en **magasin**

- Renforcement du **service aux clients** pour améliorer notre NPS (aujourd'hui >60)
- Déploiement des **coins conseil déco** dans 200 magasins



Des **solutions de paiement** diversifiées

- Test du **paiement par téléphone** (France) avec Paytweak
- Test de Nouvelles **facilités de paiement** (24/36 mois)



Des **services de livraison** étendus

- Accroissement de la **qualité de service**
- Test de **nouveaux services** : montage de meubles, livraison le week-end et le soir dans les grandes villes, retour en magasin des commandes web de décoration





1

Une personnalisation clients renforcée



- **Accroissement de la personnalisation de notre CRM** pour augmenter les ventes (objectif : doubler la part des emails dans les ventes en ligne)
- **Personnalisation renforcée sur le site** via des algorithmes encore plus performants

2

Des investissements marketing optimisés



- Activation de nouveaux scénarios d'acquisition clients grâce à la **Customer Data Platform**
- Développement d'un nouveau **Store Locator** pour améliorer le SEO de nos magasins et accroître le trafic

3

Un plus grand rayonnement de notre marque



- Développement de **l'ambassadorat** utilisateurs sur les réseaux sociaux
- Enrichissement de nos **contenus de marque** pour accroître le SEO et la reconnaissance de marque



Arnaud LOUET

Directeur financier

4

Ventes du 1^{er}
trimestre 2019

MAISONS
DU MONDE

Croissance de 10% des ventes au T1, en ligne avec les objectifs de l'année

(en M€)	T1 2019	T1 2018	Variation
Ventes	280,3	255,1	+9,9%
<u>Dont</u> Maisons du Monde	271,4	255,1	+6,4%
<i>% var. à périmètre comparable</i>	+2,4%	+5,1%	-
Modani	8,9	-	n/a

Performance au T1 reflétant des effets de base et calendaire défavorables et des conditions de marché atones en France

Croissance des ventes de 6.4% soutenue⁽¹⁾ par tous les segments

Géographies

France

+1,0%

International

+14,6%

Canaux

Magasins

+2,2%

Internet

+20,3%

Catégories

Meubles

+7.8%

Décoration

+5.3%

Principaux points

MDM

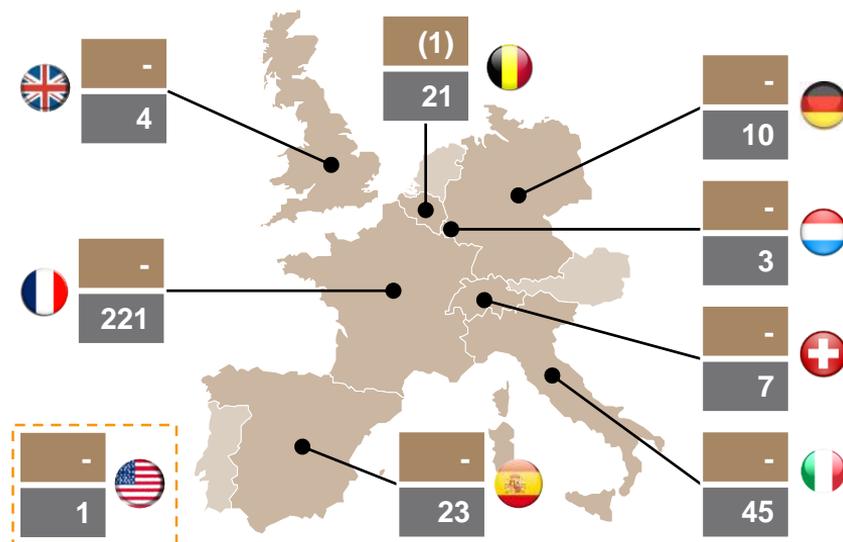
- 3 ouvertures brutes (toutes réalisées en France, incluant 2 shop-in-shops dans les magasins Printemps de Metz et Rennes)
- 4 fermetures pour repositionnement (3 en France, 1 en Belgique)
- Surface de ventes de 387 500 m²
- 335 magasins à fin mars 2019

Modani

- 1 ouverture de magasin à Paramus (New Jersey)
- 14 magasins à fin mars 2019

RÉSEAU DE MAGASINS MDM AU 31 MARS 2019

(en unité)



■ Ouvertures nettes sur la période janv.-mars 2019
 ■ Nombre de magasins au 31 mars 2019

Confirmation des objectifs 2019⁽¹⁾

Poursuite d'une croissance des ventes autour de 10%

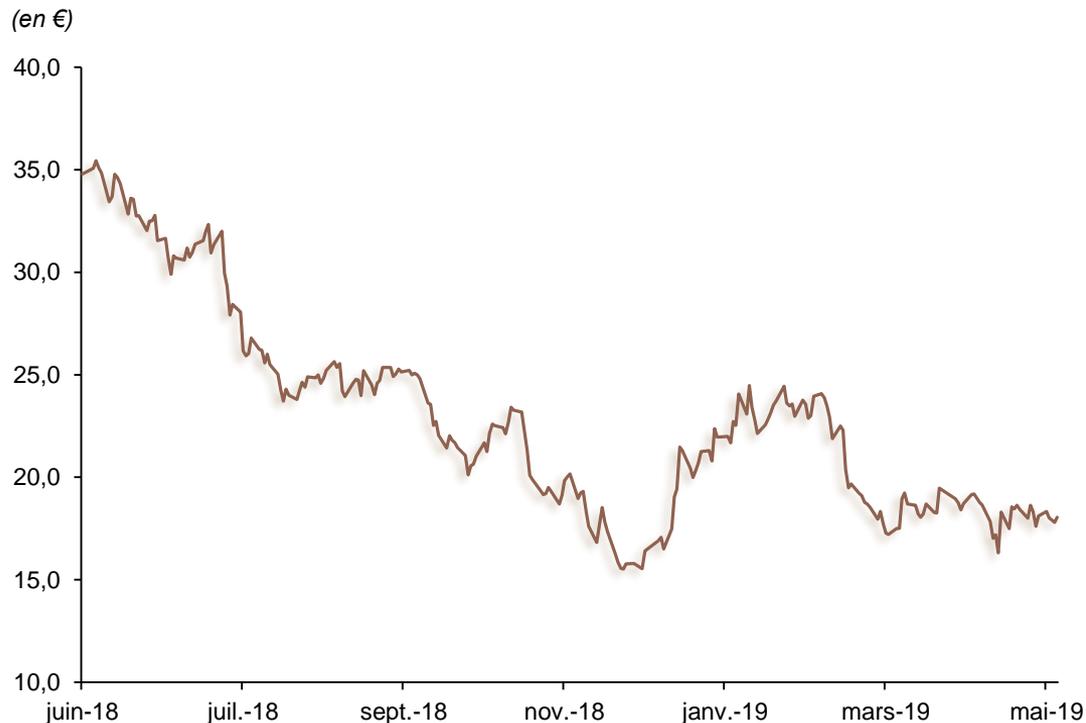
35-40 ouvertures brutes de magasins, dont les deux tiers hors de France

Environ 10 fermetures de magasins pour repositionnement

Marge d'EBITDA supérieure à 13% des ventes

- ▼ Poursuite de la surperformance par rapport au marché malgré un environnement politique et macroéconomique incertain
- ▼ Développement du réseau de magasins
 - Deux tiers des ouvertures brutes hors de France, incluant 5 pour Modani
 - Modani : au moins 2 ouvertures de magasins dans des états où Modani est déjà présent
- ▼ Poursuite du réinvestissement des gains d'efficacité opérationnelle dans des initiatives visant à soutenir la croissance future

ÉVOLUTION DU COURS DE L'ACTION MDM



▼ Principaux points

- Cours de l'action de 18,05€ au 31 mai 2019
- Hausse de 8% de l'action MDM depuis début 2019 +10% pour l'indice SBF120
- Capitalisation boursière de 817M€

▼ Informations sur l'action

- Cotation :
 - Euronext Paris - compartiment B
 - Éligible au SRD
- Code ISIN : FR0013153541
- Nombre d'action : 45 241 894
- Flottant : ~100% du capital
- Indices : SBF 120, CAC Mid 60, CAC M&S



5 Intervention des
Commissaires
aux comptes

MAISONS
DU MONDE



6
**La parole aux
actionnaires**

**MAISONS
DU MONDE**



Arnaud LOUET

Directeur financier

7

Votes des
résolutions

MAISONS
DU MONDE

1^e Résolution :

Approbation des comptes annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2018

- **Approbation des comptes annuels** de l'exercice clos le 31 décembre 2018
- **Bénéfice net** 70 118 589 euros
- Approbation des **charges non déductibles** d'un montant de 11 400 euros

2^e Résolution : Approbation des comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2018

- **Approbation des comptes consolidés** de l'exercice 2018
- **Bénéfice** de 60,6 millions d'euros

3^e Résolution :

Affectation du résultat de l'exercice et fixation du dividende

- Résultat net de l'exercice 70 118 589 euros
- Dotation à la réserve légale (3 505 929) euros
- **Montant distribuable** **66 612 660 euros**

- **Dividende** de 0,47 euros par action 21 263 690,18 euros
- Report à nouveau du solde 45 348 969,82 euros

- **Détachement du coupon** 2 juillet 2019
- **Mise en paiement du dividende** 4 juillet 2019

4^e Résolution :

Approbation des conventions et engagements réglementés

- **Convention de mandat** conclue entre la Société et Madame Julie WALBAUM ayant pour objet la fixation des conditions d'exercice du mandat de Directrice générale, *(Autorisation du Conseil d'administration du 29 juin 2018)*
- **Convention de prestation de services** conclue entre la Société et GILLES PETIT CONSEIL, ayant pour objet le conseil en management, la gestion opérationnelle et le coaching auprès de la Direction générale *(Autorisation du Conseil d'administration du 29 juin 2018)*

5^e Résolution :

Approbation des conditions de l'engagement de non-concurrence de Madame Julie Walbaum

- Approbation des conditions de **l'engagement pris par la Société au bénéfice de sa Directrice générale Madame Julie WALBAUM en cas de cessation de son mandat social.**

6^e Résolution :

Approbation des éléments de la rémunération due ou attribuée au titre de l'exercice 2018 à Sir Ian Cheshire (Vote ex post)

- Vote sur les **éléments de la rémunération due ou attribuée** à Sir Ian Cheshire au titre de l'exercice 2018

7^e Résolution :

Approbation des principes et critères de détermination, de répartition et d'attribution des éléments composant la rémunération totale et les avantages de toute nature attribuables à Sir Ian Cheshire pour l'exercice 2019 (Vote ex ante)

- Vote sur les principes et critères de détermination des **éléments de la rémunération 2019** de Sir Ian Cheshire

8^e Résolution :

Approbation des éléments de la rémunération due ou attribuée au titre de l'exercice 2018 à Monsieur Gilles Petit pour la période du 01/01/2018 au 30/06/2018 (Vote ex post)

- Vote sur les **éléments de la rémunération due ou attribuée** à Monsieur Gilles Petit pour la période du 01/01/2018 au 30/06/2018

9^e Résolution :

Approbation des principes et critères de détermination, de répartition et d'attribution des éléments composant la rémunération totale et les avantages de toute nature attribuables à Madame Julie Walbaum pour la période du 01/07/2018 au 31/12/2018 (Vote ex ante)

- Vote sur les principes et critères de détermination des **éléments de la rémunération** de Madame Julie Walbaum pour la période du 01/07/2018 au 31/12/2018

10^e Résolution :

Approbation des éléments de la rémunération due ou attribuée au titre de l'exercice 2018 à Madame Julie Walbaum pour la période du 01/07/2018 au 31/12/2018 (Vote ex post)

- Vote sur les **éléments de la rémunération due ou attribuée** à Madame Julie Walbaum pour la période du 01/07/2018 au 31/12/2018

11^e Résolution :

Approbation des principes et critères de détermination, de répartition et d'attribution des éléments composant la rémunération totale et les avantages de toute nature attribuables à Madame Julie Walbaum pour l'exercice 2019 (Vote ex ante)

- Vote sur les principes et critères de détermination des **éléments de la rémunération** de Madame Julie Walbaum pour l'exercice 2019

12^e Résolution :

Nomination de Madame Julie Walbaum en qualité d'Administratrice

- Durée du mandat : 4 ans
- Fin du mandat à l'issue de l'Assemblée générale 2023

13^e Résolution :

Fixation du montant annuel des jetons de présence à allouer aux membres du Conseil d'administration

- Fixation à **500 000 euros le montant maximum** de la somme à répartir entre les membres du Conseil d'administration, à titre de jetons de présence pour l'exercice en cours

14^e Résolution :

Autorisation à conférer au Conseil d'administration à l'effet de procéder à l'achat d'actions de la Société

- **Autorisation du programme de rachat d'actions propres**
- Fixation du **prix maximal de rachat** de l'action à 40 euros
- Plafond de détention : 10% du capital social
- Durée de validité : 18 mois
- Suspension en cas d'OPA

15^e Résolution :

Autorisation à conférer au Conseil d'administration à l'effet de réduire le capital social par annulation d'actions détenues par la Société par suite de rachat de ses propres titres

- Autorisation à conférer au Conseil afin de **réduire le capital social par annulation des actions auto-détenues**, dans la limite de 10% dans le cadre du programme de rachat d'action propres
- **Durée** : 24 mois

16^e Résolution :

Conditions de désignation des commissaires aux comptes suppléants et modification corrélative des Statuts

- Dispositions de l'article L.823-1-I alinéa 2 du code de commerce
- Un CAC suppléant est désigné lorsque le CAC titulaire est une personne physique ou une Société unipersonnelle
- Modification corrélative de l'article 22 des Statuts

17^e Résolution : Pouvoirs pour effectuer les formalités

- Tous pouvoirs sont donnés au porteur d'un original ou d'une copie certifiée du Procès-verbal de l'Assemblée afin d'effectuer toutes formalités



MAISONS
DU MONDE

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

3 JUIN 2019





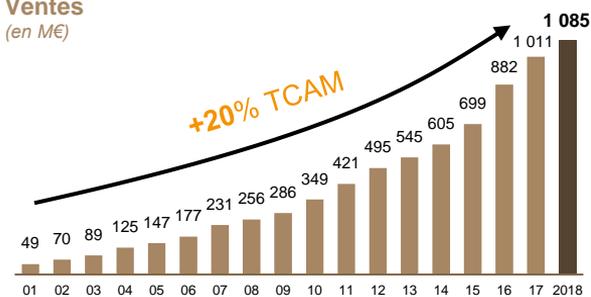
Annexes

MAISONS
DU MONDE

Maisons du Monde : une histoire de croissance⁽¹⁾

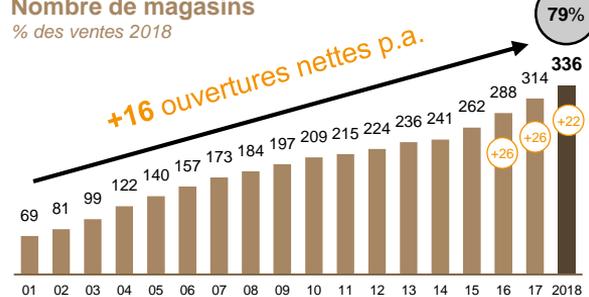
15+ ANS DE CROISSANCE À DEUX CHIFFRES

Ventes
(en M€)

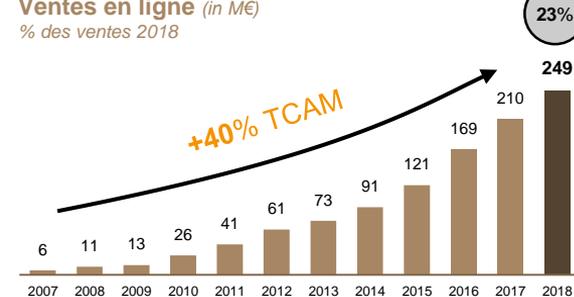


UN MODÈLE PLEINEMENT OMNICANAL

Nombre de magasins
% des ventes 2018

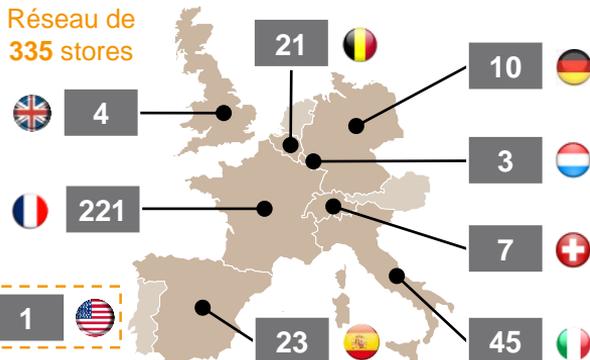


Ventes en ligne (in M€)
% des ventes 2018



UNE IMPLANTATION PANEUROPEENNE

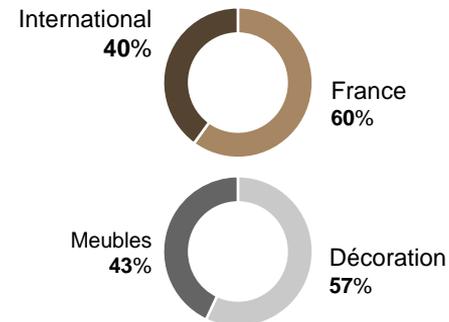
Réseau de
335 stores



■ Nombre de magasins au 31 mars 2019

Un solide
historique de
croissance

RÉPARTITION DES VENTES⁽²⁾



Réconciliation de l'EBITDA et de l'EBIT

(en M€)	2018	2017
Résultat opérationnel courant	108,2	101,5
Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations	36,4	32,0
Variation de la juste valeur des instruments financiers dérivés	1,2	2,3
EBITDA avant frais de pré-ouverture	145,7	135,8
Frais de pré-ouverture	2,2	3,0
EBITDA	148,0	138,8
Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations	(36,4)	(32,0)
EBIT	111,6	106,8

RÉSULTAT FINANCIER

(en M€)

	2018	2017
Intérêts sur crédit à long terme	(0,8)	(4,4)
Intérêts sur emprunt obligataire convertible	(4,4)	(0,3)
Intérêts sur emprunts, y compris facilités de crédit renouvelable	(1,4)	(1,5)
Autres	0,0	(0,0)
Coût de l'endettement net	(6,6)	(6,3)
Contrat de location-financement	(0,1)	(0,1)
Gains et pertes de change	(0,3)	0,1
Commissions	(2,3)	(1,7)
Autres produits et charges financiers	(0,0)	(2,5)
Résultat financier	(9,3)	(10,4)

▼ Principaux points

■ Coût de l'endettement net

- Amélioration des conditions d'emprunt :
 - OCEANE : 200M€ – coupon de 0,125%
 - Ligne de crédit à long terme : 50M€ – taux d'intérêt de 1,25%
- Charge IFRS sans impact sur la trésorerie de 4,1M€ liée aux OCEANE (taux d'intérêt effectif de 2,55%)
- Réduction des intérêts payés : 1,9M€ en 2018 (6,5M€ en 2017)

■ Gains et pertes de change

- Reflétant principalement les transactions intragroupes (expositions GBP & CHF)

IMPÔT SUR LE RÉSULTAT

(en M€)

	2018	2017
Impôts exigibles	(30,8)	(19,6)
Impôts différés	(2,7)	(5,8)
Impôt sur le résultat	(33,5)	(25,3)

Key highlights

■ Impôts exigibles

- Charge d'impôts exigibles de 30,8M€ en 2018 (19,6M€ en 2017)
 - Incluant 4,2M€ de taxes commerciales (CVAE principalement)
- Taux d'impôt effectif de ~31% en 2018 (~18% en 2017)
 - Moindre impact relatif à l'utilisation des reports déficitaires (utilisés à 100% à fin 2018)
- 2019 : taux d'impôt effectif estimé à ~33%

BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT

(en M€)

	2016	2017	2018
Stocks	171,1	159,7	241,2
Créances clients & autres créances	58,9	88,2	91,4
Dettes fournisseurs & autres dettes	(179,1)	(225,4)	(230,0)
Besoin en fonds roulement total	50,8	22,5	102,6
Variation de l'année N vs. N-1	(38,0)	28,3	(80,2)
Autres ajustements sans impact sur la trésorerie	(3,6)	(1,2)	4,4
Variation du BFR	(41,5)	27,1	(75,8)

▼ **Principaux points**■ **Stocks**

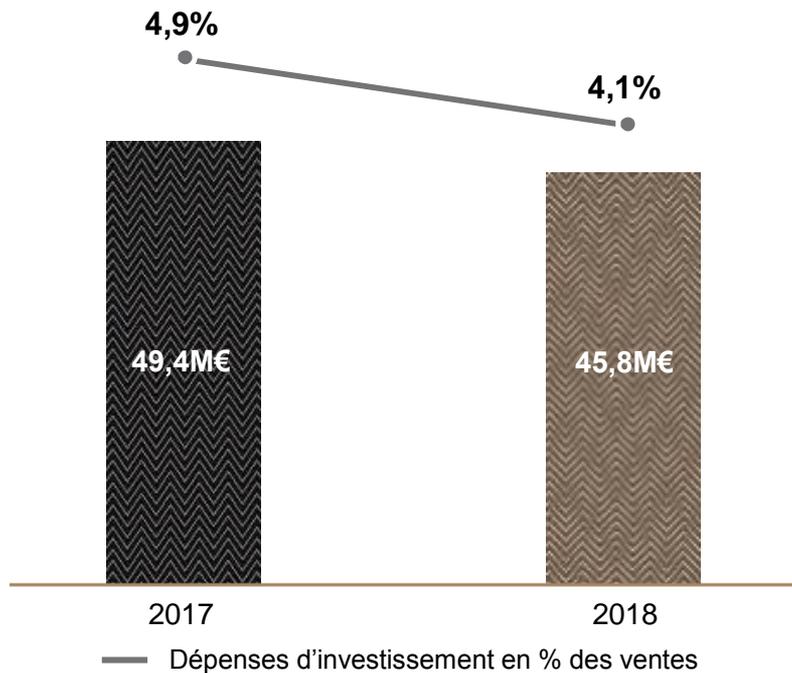
- Rotation des stocks⁽¹⁾ : 225 jours en 2018 (215 jours en 2016 ; 173 jours en 2017), reflétant :
 - Effet de phasage lié aux précommandes pour le Nouvel An Chinois pour 28,9M€
 - Hausse volontaire des stocks de certaines références *best-sellers* pour 27,2M€
 - Effet mix pour 10,0M€
 - Intégration de Modani pour 15,3M€

■ **Variation du BFR**

- Contribution négative du BFR lié à l'activité, liée principalement à l'augmentation du niveau de stocks de fin d'année
 - Stocks de qualité, avec une faible proportion de stocks de plus d'1 an

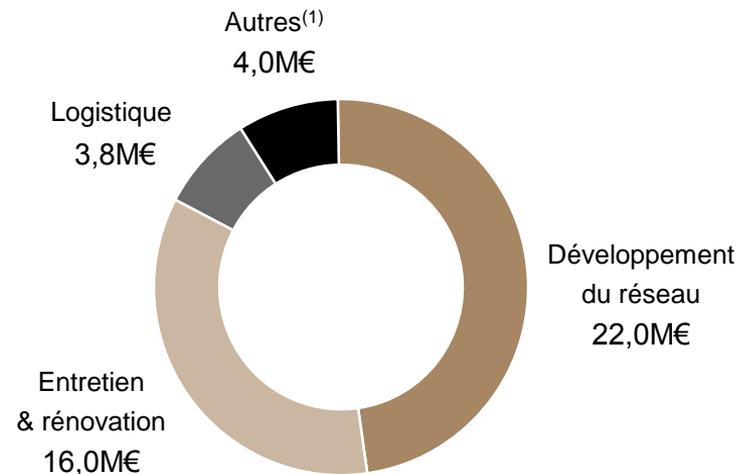
DÉPENSES D'INVESTISSEMENT

(en M€)



RÉPARTITION DES DÉPENSES D'INVESTISSEMENT 2018

(en M€)



Évolution historique des ventes⁽¹⁾

(en M€)	2017	T1 18	T2 18	S1 18	T3 18	9M 18	T4 18	S2 18	2018	T1 19
Variation	1 010,6	255,1	246,1	501,2	251,2	752,4	333,0	584,2	1 085,4	271,4
% variation	14,6%	11,5%	8,0%	9,8%	5,0%	8,1%	5,8%	5,5%	7,4%	+6,4%
% variation à périmètre comparable	7,4%	5,1%	4,2%	4,8%	1,1%	3,6%	2,1%	1,7%	3,1%	+2,4%
Répartition des ventes	2017	T1 18	T2 18	S1 18	T3 18	9M 18	T4 18	S2 18	2018	T1 19
France	61,8%	60,7%	58,8%	59,7%	58,8%	59,4%	60,2%	59,6%	59,7%	57,6%
International	38,2%	39,3%	41,2%	40,3%	41,2%	40,6%	39,8%	40,4%	40,3%	42,4%
Magasins	79,2%	76,7%	75,3%	76,0%	76,0%	76,0%	79,3%	77,9%	77,0%	73,7%
Ventes en ligne	20,8%	23,3%	24,7%	24,0%	24,0%	24,0%	20,7%	22,1%	23,0%	26,3%
Décoration	57,8%	55,5%	49,9%	52,7%	54,0%	53,2%	65,8%	60,7%	57,0%	54,9%
Meubles	42,2%	44,5%	50,1%	47,3%	46,0%	46,8%	34,2%	39,3%	43,0%	45,1%

Note: (1) Excluant Modani

Évolution du reseau de magasins⁽¹⁾

(en unité)	2017	T1 18	T2 18	S1 18	T3 18	9M 18	T4 18	S2 18	2018	T1 19
France	213	214	217	217	217	217	221	221	221	221
Italie	42	42	42	42	45	45	45	45	45	45
Belgique	22	21	21	21	21	21	22	22	22	21
Espagne	20	20	20	20	21	21	23	23	23	23
Luxembourg	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Allemagne	9	9	9	9	9	9	10	10	10	10
Suisse	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7
Royaume-Uni	-	-	3	3	4	4	4	4	4	4
États-Unis	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1
# Magasins	314	314	321	321	326	326	336	336	336	335
Dont France	213	214	217	217	217	217	221	221	221	221
Dont International	101	100	104	104	109	109	115	115	115	114
# Ouvertures nettes	26	0	7	7	5	12	10	15	22	(1)
Dont France	10	1	3	4	0	4	4	4	8	0
Dont International	16	(1)	4	3	5	8	6	11	14	(1)
Surface de ventes ('000 m²)	363,2	365,6	371,1	371,1	376,7	376,7	387,2	387,2	387,2	387,7
Variation	+36,0	+2,5	+5,5	+8,0	+5,5	+13,5	+10,5	+16,1	+24,1	+0,5

Note: (1) Excluant Modani

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).