



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MAISONS DU MONDE : VENTES DU TROISIÈME TRIMESTRE 2019

**Un nouveau trimestre de croissance solide des ventes
malgré un environnement commercial peu porteur en France**

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

**Accélération des ouvertures de magasins Modani
impliquant des coûts de développement plus élevés que prévu**

Mise à jour des objectifs annuels 2019

-
- **Ventes du T3 2019 en hausse de 9,2% à taux de change courants (+8,8% à taux de change constants) à 283,7 M€¹**
 - **Croissance des ventes de 8,2% à périmètre constant² au T3 2019, dont +3,0% à périmètre comparable, en accélération par rapport au T3 2018 (+1,1%) malgré un environnement commercial peu porteur en France**
 - **Poursuite de la forte dynamique de croissance des ventes en ligne (+19,3%) et à l'international (+17,7%), représentant respectivement environ 26% et environ 47% des ventes³ au T3 2019**
 - **Ventes en hausse de 10,5%⁴ sur 9M 2019 (dont 8,4%⁵ à périmètre constant), dont 3,9% à périmètre comparable**
 - **24 ouvertures brutes de magasins sur 9M 2019 (20 Maisons du Monde, 4 Modani), incluant 9 ouvertures brutes au T3 2019 (7 Maisons du Monde, 2 Modani)**
 - **Accélération du développement de Modani impliquant des coûts de développement plus élevés qu'initialement prévu, avec un impact estimé à environ 7 M€ sur la rentabilité de l'année 2019**
 - **Mise à jour des objectifs de l'année 2019⁶ :**
 - **Croissance des ventes relevée à autour de 10,5% (contre autour de 10%)**
 - **38-42 ouvertures brutes de magasins (contre 35-40) et 13-14 fermetures pour repositionnement (contre environ 10)**
 - **Marge d'EBITDA d'environ 12,5% des ventes (contre supérieure à 13%) pour refléter la contribution négative de Modani cette année**

¹ Incluant Modani et Rhinov (ventes de 0,5 million d'euros au T3 2019).

² À taux de change courants, excluant Modani et incluant Rhinov.

³ À taux de change courants, incluant Modani et Rhinov.

⁴ À taux de change courants, incluant Modani et Rhinov (ventes de 0,5 million d'euros sur 9M 2019).

⁵ À taux de change courants, excluant Modani et incluant Rhinov.

⁶ Incluant Modani et Rhinov et avant impact IFRS 16.

Nantes, 30 octobre 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 troisième trimestre 2019.

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

"Maisons du Monde a réalisé un nouveau trimestre de croissance solide, avec une progression à deux chiffres de ses ventes en ligne et à l'international, démontrant la solidité du modèle économique et de la stratégie omnicanale du Groupe.

Compte tenu de la forte performance de nos ventes sur les neuf premiers mois de l'année, notamment chez Modani, la croissance des ventes devrait dépasser nos prévisions initiales et atteindre environ 10,5% en 2019.

Bien que nous ayons décidé de fermer nos 4 corners chez Debenhams au Royaume-Uni dans le cadre de la gestion active de notre portefeuille de magasins, nous sommes confiants dans l'atteinte de notre objectif d'ouvertures nettes de magasins cette année, tenant compte également d'un nombre d'ouvertures brutes de magasins plus important que prévu. En particulier, Modani a accéléré le développement de son réseau. D'ici la fin de l'année, Modani devrait, avoir ouvert presque autant de nouveaux magasins depuis son acquisition il y a 18 mois qu'au cours de ses 11 premières années d'existence.

L'entité opérationnelle Maisons du Monde devrait dégager une rentabilité conforme à nos attentes, supérieure à 13% des ventes en année pleine, malgré un environnement commercial peu porteur en France.

La rentabilité de Modani sera affectée cette année par l'accélération sans précédent de son développement. Les défis liés à la croissance de Modani, qui n'étaient pas totalement anticipés, auront un impact d'environ 7 M€ sur son EBITDA de l'année.

En conséquence, nous actualisons notre objectif de marge d'EBITDA du Groupe à environ 12,5% pour l'ensemble de l'année.

Les équipes de Maisons du Monde sont pleinement concentrées sur la réussite du quatrième trimestre et sur le lancement de notre stratégie 2020-2024, qui se traduira par une croissance annuelle à deux chiffres des ventes, une rentabilité robuste et un cash-flow élevé pour les cinq prochaines années".

T3 2019 : un nouveau trimestre de croissance solide

Au troisième trimestre 2019, Maisons du Monde a enregistré des ventes de 283,7 millions d'euros, en hausse de 9,2% comparé au troisième trimestre 2018 incluant Modani, et de 8,2% à périmètre constant. La croissance des ventes en comparable a été de 3,0% à périmètre constant. Le troisième trimestre a été marqué par la poursuite de la forte dynamique des ventes en ligne et à l'international, confirmant la solidité du modèle économique et de la stratégie omnicanale du Groupe. Les ventes en ligne sont en hausse de 19,3% par rapport au T3 2018 représentant environ 26% des ventes du Groupe. Les ventes à l'international sont en hausse de 17,7% par rapport à la même période et représentent environ 47% des ventes du Groupe.

Au cours du troisième trimestre 2019, Maisons du Monde a poursuivi la mise en œuvre de ses initiatives commerciales pour préparer le lancement du plan 2020-2024. Conformément à notre nouvelle stratégie, nous avons initié la refonte de notre processus de création de collections. Notre collection de décoration

Automne-Hiver, lancée fin juillet, proposait des thèmes plus distinctifs, chacun composé d'une offre plus resserrée et plus percutante. Nous avons également amorcé la localisation de notre merchandising en magasin, en commençant à adapter la présentation de notre offre de meubles à la demande locale. Afin d'améliorer notre expérience omnicanale, nous avons initié le déploiement des retours en magasin d'articles de décorations commandés en ligne dans six pays. En ligne avec son ambition d'être la première destination B2B de l'ameublement et de la décoration en Europe, Maisons du Monde a ouvert en septembre son premier showroom B2B dans le magasin Grands Boulevards à Paris. Nous tirons également les fruits de nos efforts en matière d'image de marque, puisque notre baromètre annuel montre que la notoriété de la marque Maisons du Monde s'est améliorée dans tous nos pays, avec une hausse de neuf points en Italie et de cinq points en France et en Espagne.

Par ailleurs, Maisons du Monde a poursuivi la mise en œuvre du plan de développement de son réseau, avec 5 ouvertures nettes de magasins sur le trimestre (7 ouvertures brutes, dont 2 à l'international, et 2 fermetures pour repositionnement en France).

Poursuite de la forte dynamique des ventes en ligne et à l'international sur 9M 2019

Sur les neuf premiers mois de l'année 2019, Maisons du Monde a réalisé des ventes de 847,7 millions d'euros, en hausse de 10,5% par rapport aux neuf premiers mois de l'année 2018 en incluant Modani, et de 8,4% à périmètre constant. La croissance des ventes à périmètre comparable s'est établie à 3,9% à périmètre constant. La dynamique de croissance est restée forte tant pour les ventes en ligne, en hausse de 21,9% par rapport aux neuf premiers mois de l'année 2018, que pour les activités à l'international, en hausse de 21,5% par rapport à la même période. Les ventes en ligne et les activités à l'international ont représenté respectivement 26% et 46% des ventes totales du Groupe sur les neuf premiers mois.

Sur les neuf premiers mois de l'année 2019, Maisons du Monde a enregistré 12 ouvertures nettes de magasins, avec 20 ouvertures brutes (dont 9 à l'international) et 8 fermetures pour repositionnement (dont 5 en France). Au 30 septembre 2019, le Groupe exploitait 348 magasins dans 10 pays différents.

Sur les neuf premiers mois de l'année 2019, Modani a enregistré 3 ouvertures nettes de magasins, dont 4 ouvertures brutes et 1 fermeture à San Francisco en raison de l'impact sur le trafic de travaux publics de longue durée dans la zone proche du showroom. Au 30 septembre 2019, Modani exploitait 16 magasins aux Etats-Unis.

Développement rapide de Modani, impact à court terme sur la rentabilité

Le bond en avant réalisé par Modani (avec 8 ouvertures brutes depuis son acquisition il y a 18 mois, contre 11 au total entre 2007 et mi-2018) a eu un impact très positif sur la croissance des ventes, avec une hausse de 31,2% à taux de change constants au troisième trimestre et de 23,1% à taux de change constants et sur une base pro forma sur les neuf premiers mois de l'année 2019.

Toutefois, les ouvertures ont été plus tardives que prévu. De plus, le rythme de développement rapide de Modani a entraîné des coûts logistiques plus élevés, ainsi que des investissements marketing et dans les fonctions support plus importants que prévu. La rentabilité a également été impactée dans une moindre mesure par l'effet sur la marge brute de la hausse des droits de douane aux États-Unis. En conséquence, la rentabilité de Modani devrait être inférieure aux prévisions d'environ 7 millions d'euros.

Nous prévoyons que la rentabilité de Modani s'améliorera en 2020 grâce à la bonne performance commerciale des magasins nouvellement ouverts et à la normalisation de la base de coûts. Nous restons pleinement confiants dans la force du modèle économique de Modani et dans ses perspectives de croissance à moyen-terme.



Mise à jour des objectifs de l'année 2019

Maisons du Monde actualise ses objectifs pour l'ensemble de l'année 2019, reflétant à la fois la forte dynamique des ventes et des ouvertures de magasins, ainsi que les coûts et les investissements plus importants chez Modani. Nous prévoyons désormais :

- Une croissance des ventes relevée à autour de 10,5% (contre autour de 10%) ;
- 38-42 ouvertures brutes de magasins (contre 35-40) et 13-14 fermetures de magasins pour repositionnement (contre environ 10) ;
- Une marge d'EBITDA d'environ 12,5% des ventes (contre supérieure à 13%) pour refléter la contribution négative de Modani cette année.

ANNEXES

Résumé des ventes du T3 2019⁷

En millions d'euros	Trimestre clos le 30 septembre		
	2018	2019	% variation
Ventes	259,8	283,7	+9,2%
% variation à taux de change constants			+8,8%
<i>% variation à périmètre comparable</i>	+1,1%	+3,0%	-
Ventes par zone géographique			
France	147,6	151,5	+2,7%
International	112,2	132,2	+17,7%
Total	259,8	283,7	+9,2%
France (%)	56,8%	53,4%	-
International (%)	43,2%	46,6%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	198,7	210,8	+6,1%
Ventes en ligne	61,1	72,9	+19,3%
Total	259,8	283,7	+9,2%
Réseau de magasins (%)	76,5%	74,3%	-
Ventes en ligne (%)	23,5%	25,7%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	135,6	143,9	+6,1%
Meubles	124,2	139,8	+12,6%
Total	259,8	283,7	+9,2%
Décoration (%)	52,2%	50,7%	-
Meubles (%)	47,8%	49,3%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-

⁷ Incluant Modani et Rhinov (ventes de 0,5 million d'euros au T3 2019).

Résumé des ventes à périmètre constant du T3 2019⁸

En millions d'euros	Trimestre clos le 30 septembre		
	2018	2019	% variation
Ventes	251,2	271,8	+8,2%
<i>% variation à taux de change constants</i>			+8,1%
<i>% variation à périmètre comparable</i>	+1,1%	+3,0%	-
Ventes par zone géographique			
France	147,6	151,5	+2,7%
International	103,6	120,3	+16,1%
Total	251,2	271,8	+8,2%
France (%)	58,8%	55,7%	-
International (%)	41,2%	44,3%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	190,9	200,1	+4,8%
Ventes en ligne	60,2	71,8	+19,1%
Total	251,2	271,8	+8,2%
Réseau de magasins (%)	76,0%	73,6%	-
Ventes en ligne (%)	24,0%	26,4%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	135,6	143,8	+6,0%
Meubles	115,6	128,1	+10,8%
Total	251,2	271,8	+8,2%
Décoration (%)	54,0%	52,9%	-
Meubles (%)	46,0%	47,1%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-

⁸ Excluant Modani et incluant Rhinov (ventes de 0,5 million d'euros au T3 2019).

Résumé des ventes des 9M 2019⁹

En millions d'euros	Neuf mois clos le 30 septembre		
	2018	2019	% variation
Ventes	766,8	847,7	+10,5%
<i>% variation à taux de change constants</i>			+10,2%
<i>% variation à périmètre comparable</i>	+3,6%	+3,9%	-
Ventes par zone géographique			
France	446,9	459,0	+2,7%
International	319,9	388,7	+21,5%
Total	766,8	847,7	+10,5%
France (%)	58,3%	54,2%	-
International (%)	41,7%	45,8%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	584,9	625,9	+7,0%
Ventes en ligne	181,9	221,8	+21,9%
Total	766,8	847,7	+10,5%
Réseau de magasins (%)	76,3%	73,8%	-
Ventes en ligne (%)	23,7%	26,2%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	399,9	429,7	+7,4%
Meubles	366,9	418,1	+13,9%
Total	766,8	847,7	+10,5%
Décoration (%)	52,2%	50,7%	-
Meubles (%)	47,8%	49,3%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-

⁹ Incluant Modani et Rhinov (ventes de 0,5 million d'euros sur 9M 2019).

Résumé des ventes à périmètre constant des 9M 2019¹⁰

En millions d'euros	Neuf mois clos le 30 septembre		
	2018	2019	% variation
Ventes	752,4	815,6	+8,4%
<i>% variation à taux de change constants</i>			+8,2%
<i>% variation à périmètre comparable</i>	+3,6%	+3,9%	-
Ventes par zone géographique			
France	446,9	459,0	+2,7%
International	305,4	356,6	+16,7%
Total	752,4	815,6	+8,4%
France (%)	59,4%	56,3%	-
International (%)	40,6%	43,7%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	571,9	597,0	+4,4%
Ventes en ligne	180,4	218,6	+21,1%
Total	752,4	815,6	+8,4%
Réseau de magasins (%)	76,0%	73,2%	-
Ventes en ligne (%)	24,0%	26,8%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	399,9	429,3	+7,4%
Meubles	352,5	386,3	+9,6%
Total	752,4	815,6	+8,4%
Décoration (%)	53,2%	52,6%	-
Meubles (%)	46,8%	47,4%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-

¹⁰ Excluant Modani et incluant Rhinov (ventes de 0,5 million d'euros sur 9M 2019).

Principaux indicateurs de ventes du T3 2019

En millions d'euros		Trimestre clos le 30 septembre		
		2018	2019	% variation
Ventes		259,8	283,7	+9,2%
% variation à taux de change constants				+8,8%
<u>Dont</u>	Maisons du Monde ¹¹	251,2	271,8	+8,2%
	% variation à taux de change constants			+8,1%
	% variation à périmètre comparable	+1,1%	+3,0%	-
	Modani	8,6	11,9	+37,2%
	% variation à taux de change constants			+31,2%

Principaux indicateurs de ventes des 9M 2019

En millions d'euros		Neuf mois clos le 30 septembre		
		2018	2019	% variation
Ventes		766,8	847,7	+10,5%
% variation à taux de change constants				+10,2%
<u>Dont</u>	Maisons du Monde ¹²	752,4	815,6	+8,4%
	% variation à taux de change constants			+8,2%
	% variation à périmètre comparable	+3,6%	+3,9%	-
	Modani	14,5	32,1	n/a
	% variation à taux de change constants			n/a

¹¹ Incluant Rhinov (ventes de 0,5 million d'euros au Q3 2019).

¹² Incluant Rhinov (ventes de 0,5 million d'euros sur 9M 2019).

Évolution du réseau de magasins de Maisons du Monde¹³

En unités	Période close le				
	31-déc-18	31-mar-19	30-juin-19	30-sept-19	30-sept-19
France	221	221	224	227	227
Italie	45	45	47	48	48
Espagne	23	23	24	24	24
Portugal	-	-	1	1	1
Belgique	22	21	21	22	22
Luxembourg	3	3	3	3	3
Allemagne	10	10	10	10	10
Suisse	7	7	8	8	8
Royaume-Uni	4	4	4	4	4
États-Unis	1	1	1	1	1
Nombre de magasins	336	335	343	348	348
<i>Ouvertures brutes</i>	+28	+3	+10	+7	+20
<i>Fermetures</i>	(6)	(4)	(2)	(2)	(8)
Ouvertures nettes	+22	(1)	+8	+5	+12
Surface ('000 m²)	387,2	386,8	395,4	402,9	402,9
<i>Surface ajoutée</i>	+26,8	+1,8	+10,5	+8,2	+20,6
<i>Surface fermée</i>	(2,8)	(2,3)	(1,9)	(0,8)	(4,9)
Variation nette	+24,0	(0,5)	+8,6	+7,5	+15,7

Évolution du réseau de magasins de Modani

En unités	Période close le				
	31-déc-18	31-mar-19	30-juin-19	30-sept-19	30-sept-19
Floride	4	4	5	6	6
Californie	3	3	3	3	3
Texas	3	3	3	3	3
Géorgie	1	1	1	1	1
Illinois	1	1	1	1	1
New York	1	1	1	1	1
New Jersey	-	1	1	1	1
Nombre de magasins	13	14	15	16	16
<i>Ouvertures brutes</i>	+4	+1	+1	+2	+4
<i>Fermetures</i>	(1)	0	0	(1)	(1)
Ouvertures nettes	+3	+1	+1	+1	+3

¹³ Excluant les magasins franchisés.

GLOSSAIRE

- **Ventes** : Les ventes correspondent aux revenus générés par la vente d'articles de décoration et de meubles, réalisées en magasin, sur le site Internet et par l'intermédiaire des activités B2B du Groupe. Elles excluent principalement la participation des clients aux frais de livraison, le chiffre d'affaires relatif aux prestations de services logistiques fournies à des tiers, et les revenus de franchise.
- **Croissance des ventes à périmètre constant** : La croissance des ventes à périmètre constant correspond au pourcentage d'évolution des ventes réalisées en magasin, sur le site Internet et par l'intermédiaire des activités B2B 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 réalisées en magasin, sur le site Internet et par l'intermédiaire des activités B2B 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.
- **EBITDA** : L'EBITDA est défini comme étant le résultat opérationnel courant, après exclusion des dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations, de la variation de la juste valeur des instruments financiers dérivés, et des charges encourues avant l'ouverture des nouveaux magasins.

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 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