

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

PREMIER TRIMESTRE 2021 DE MAISONS DU MONDE : CROISSANCE REMARQUABLE DES VENTES GRÂCE À SON MODÈLE OMNICAL ET SON OFFRE DIFFÉRENCIÉE

NANTES – 12 Mai 2021, 7h45 CEST – [Maisons du Monde](#) (Euronext Paris : MDM ; 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 2021.

- **Ventes du premier trimestre : 331 millions d'euros, en hausse de 35,8 %¹ (+36,6% à périmètre comparable)**
 - **Croissance record des ventes en ligne : +76 %**
 - **Croissance très solide des ventes en magasin : + 19%**

- **Ventes très supérieures au niveau pré-pandémie : +18,1 % (+11,9 % à périmètre comparable) par rapport au T1 2019**

- **Malgré l'environnement incertain, perspectives pour l'année 2021 pleinement confirmées**

Julie Walbaum, Directrice Générale de Maisons du Monde, a déclaré : « *Maisons du Monde a réalisé une performance remarquable au premier trimestre, démontrant une nouvelle fois l'attractivité de notre marque et la force de notre modèle omnicanal. La croissance des ventes fut soutenue à la fois par l'excellente performance commerciale dans les magasins restés ouverts et des ventes en ligne record. Ces dernières ont bondi de 76 % grâce au succès de nos collections et à la poursuite de la montée en puissance de notre marketplace sélective. Compte tenu de cette dynamique, le Groupe prévoit de réaliser un solide deuxième trimestre.*

Cela étant dit, l'environnement du second semestre reste incertain, compte tenu de l'impact potentiel de la pandémie sur l'activité des magasins et la chaîne d'approvisionnement, notamment en Inde. Malgré ce manque de visibilité, notre modèle unique ainsi que notre capacité avérée à exécuter nos priorités stratégiques nous permettent de pleinement confirmer nos perspectives pour l'année en cours."

¹ Tous les pourcentages figurant dans ce communiqué sont des comparaisons d'une année sur l'autre, à l'exception de la marge d'EBIT et des pourcentages des ventes figurant dans le tableau de la page 5.

Activité du premier trimestre 2021

Ventes

Les **ventes du Groupe au premier trimestre 2021** se sont élevées à 331 millions d'euros, une progression remarquable de 35,8 % (+36,6 % à périmètre comparable) par rapport au T1 2020. La croissance a été portée par le succès des collections et par la forte demande des consommateurs pour les articles de la maison. Cette performance fut soutenue par une base de comparaison légèrement favorable, les ventes ayant fortement chuté à partir de la mi-mars 2020 en raison de la première vague de fermetures de magasins liées au Covid-19.

Les ventes du 1er trimestre 2021 ont également été bien supérieures à leur niveau d'avant la pandémie, avec une hausse de 18,1 % (+11,9 % à périmètre comparable) par rapport au 1er trimestre 2019, reflétant l'attrait renforcé de nos collections en propre et l'efficacité de notre modèle de plus en plus digital, ainsi que le développement du réseau de magasins (+17 magasins).

Par région, les ventes en France au 1er trimestre 2021 ont augmenté de 42,3 % pour atteindre 181 millions d'euros, tandis que les ventes à l'international ont augmenté de 28,6 % à 149 millions d'euros. Par catégorie de produits, les ventes de décoration ont augmenté de 39,3 % et ont représenté 53 % des ventes totales du 1er trimestre. Les ventes de meubles ont atteint 155 millions d'euros, en hausse de 32,0 % par rapport à l'année précédente, en grande partie grâce au succès de nos gammes *outdoor* et canapés.

Les ventes de l'enseigne Maisons du Monde ont augmenté de 36,4 % (+36,4 % à périmètre comparable) à 316 millions d'euros. Les ventes de Modani, de 13,7 millions d'euros, ont augmenté de 21,6 % tandis que les commissions de Rhinov ont doublé à 1,2 million d'euros.

Ventes en ligne

Les ventes en ligne ont bondi de 76,2 % (+71,3 % par rapport au T1 2019) à 124 millions d'euros, représentant un niveau record de 37 % des ventes totales du Groupe. Ce résultat est dû à des gains de part de marché sur des ventes en ligne en forte croissance en France, sous l'effet combiné d'un trafic plus important et de l'amélioration du taux de conversion. Notre marketplace sélective poursuit sa montée en puissance et continue de dépasser nos attentes initiales. Les ventes ont également été particulièrement dynamiques en Belgique, en Allemagne et en Suisse.

Ventes en magasin

Les ventes totales des magasins au 1er trimestre ont augmenté de 19,4 % bien qu'une partie du réseau (environ 15 % en moyenne comparé à environ 20 % au T1 2020) ait été fermée tout au long du trimestre. Les ventes des magasins français au 1er trimestre ont augmenté de 31 %, bénéficiant d'un nombre moyen de magasins ouverts plus élevé au cours du trimestre (87 % au T1 2021 contre 81 % au T1 2020) et d'une dynamique de marché favorable en mars, notamment sur le meuble. Les ventes internationales n'ont augmenté que de 6 % car tous les magasins allemands ont été fermés au cours du trimestre, la plupart des magasins suisses ont été fermés en janvier et février, tandis que les magasins belges et italiens ont progressivement fermé au cours du mois de mars.

Réseau de magasins

Au 31 mars 2021, le réseau mondial de magasins de Maisons du Monde comptait 366 magasins, contre 371 au 31 mars 2020 et 349 au 31 mars 2019. Au cours du 1er trimestre 2021, Maisons du Monde a ouvert son premier magasin en Autriche et a ouvert 2 magasins en Espagne, un en Belgique et un en Suisse. Au cours de la même période, le Groupe a fermé 3 magasins en Espagne et 5 en France. La surface commerciale totale est restée globalement stable à 433 400 m² au 31 mars 2021.

Faits marquants opérationnels du T1 2021

- Lancement de nos collections de meubles 2021, ainsi que des collections de décoration printemps/été 2021
- Poursuite de la montée en puissance de notre marketplace sélective
- Ouverture de notre deuxième « Maisons du Monde Hôtel & Suites » à Marseille
- Début de la construction de notre nouvel entrepôt dans le nord de la France

Priorités commerciales pour 2021, situation actuelle et perspectives

Priorités commerciales et opérationnelles

Pour le reste de l'année 2021, tout en maintenant notre discipline de gestion des coûts et de la trésorerie, le Groupe a pour priorités commerciales et opérationnelles de :

- Continuer à renforcer notre offre
- Renforcer notre proposition de marque et notre proximité client
- Reconstituer nos stocks de manière sélective tout en gérant proactivement nos contraintes d'approvisionnement
- Poursuivre nos efforts en matière de responsabilité sociale et environnementale
- Enrichir notre proposition omnicanale en préparant le lancement de notre marketplace dans le réseau de magasins français et sur un second marché en ligne, tous deux prévus pour 2022

Perspectives

Du 1er avril au 11 mai 2021, les trois quarts environ du réseau européen de magasins, dont l'intégralité des magasins en France, en Belgique et en Allemagne, ont été fermés au public. Tous les magasins, sauf ceux de l'Allemagne, devraient au moins partiellement rouvrir d'ici à la fin de la semaine prochaine. Les commandes en ligne du deuxième trimestre continuent d'augmenter, bien qu'à un taux inférieur à celui du premier trimestre en raison d'une base de comparaison élevée. En conséquence, le Groupe prévoit actuellement de réaliser un 2ème trimestre solide.

Cela étant dit, la situation sanitaire mondiale reste incertaine, tant dans nos pays d'activité commerciale que dans nos pays d'approvisionnement comme l'Inde, et la visibilité sur l'activité du second semestre reste donc limitée.

Dans ce contexte, le Groupe confirme pleinement les perspectives publiées le 10 mars dernier pour l'ensemble de l'année 2021 :

- Croissance des ventes élevée à un chiffre (« high single-digit »), avec un nombre relativement stable de magasins à la fin de l'année
- Une amélioration du taux de marge d'EBIT, avec une augmentation allant jusqu'à 50 points de base vs 2020
- Cash-flow libre supérieur à son niveau de 2020

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 1 182 millions d'euros en 2020, et son EBITDA était de 241 millions d'euros. Au 31 décembre 2020, le Groupe exploitait un réseau de 369 magasins dans neuf pays – France, Allemagne, Belgique, Espagne, États-Unis, Italie, Luxembourg, Portugal et Suisse –, et a généré 47 % 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 2020. Cette plateforme, enrichie par le lancement d'une marketplace en France en novembre 2020, a représenté 33% des ventes du Groupe en 2020 et est disponible dans les pays d'implantation des magasins, ainsi qu'en Autriche, aux Pays-Bas et au Royaume-Uni.

corporate.maisonsdumonde.com

Calendrier financier²

4 Juin 2021	Assemblée Générale des actionnaires
28 Juillet 2021	Résultats du S1 2021
27 Octobre 2021	Ventes du T3 2021

Contacts

Relations Investisseurs

Christopher Welton – +33 7 85 70 71 41
cwelton@maisonsdumonde.com

Relations Presse

Clémentine Prat – +33 6 08 61 81 12
cprat@maisonsdumonde.com

² Calendrier indicatif.

Résumé des ventes

(En millions d'euros)	T1 21	T1 20	% variation
Ventes³	330,9	243,7	+35,8 %
% variation à périmètre comparable ⁴	+36,6 %	-18,8 %	
Maisons du Monde	316,1	231,7	+36,4 %
% variation à périmètre comparable	+36,4 %	-19,3 %	
Modani	13,7	11,3	+21,6 %
Rhinov	1,1	0,6	+64,1 %
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	207,3	173,5	+19,4 %
% des ventes	62,6 %	71,2 %	
Ventes en ligne	123,7	70,2	+76,2 %
% des ventes	37,4 %	28,8 %	
Ventes par zone géographique			
France	181,5	127,5	+42,3 %
% des ventes	54,8 %	52,3 %	
International	149,5	116,2	+28,6 %
% des ventes	45,2 %	47,7 %	
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	175,5	126,0	+39,3 %
% des ventes	53,0 %	51,7 %	
Meubles	154,3	117,7	+32,0 %
% des ventes	47,0 %	48,3 %	

³ Défini comme les ventes de marchandises, les commissions sur la marketplace, les revenus des services et les commissions, moins les ventes de franchises et les ventes promotionnelles (1,3 million d'euros au 1er trimestre 2021, 0,8 million d'euros au 1er trimestre 2020 et 1,5 million d'euros au 1er trimestre 2019).

⁴ Représente la variation en pourcentage des ventes des magasins du Groupe, des sites Internet et des activités B2B, nettes des retours de produits entre un exercice (Y) et l'exercice précédent comparable (Y-1), à l'exclusion des variations des ventes attribuables aux magasins qui ont ouvert ou ont été fermés au cours de l'une ou l'autre des périodes comparables. Les ventes attribuables aux magasins qui ont fermé temporairement pour rénovation au cours de l'une des périodes sont incluses.

Historique des ventes ⁵

(En millions d'euros)	2018	T1 19	T2 19	T3 19	T4 19	2019	T1 20	T2 20	T3 20	T4 20	2020	T1 21
Ventes	1 111,2	280,3	283,7	283,7	377,8	1 225,4	243,7	245,2	321,3	371,9	1 182,1	330,9
<i>Variation vs. N-1</i>	+7,4 %	+9,9 %	+12,6 %	+9,2 %	+9,7 %	+10,3 %	-13,1 %	-13,6 %	+13,3 %	-1,5 %	-3,5 %	+35,8 %
<i>% variation à périmètre comparable</i>	+3,1 %	+2,4 %	+6,5 %	+3,0 %	+2,8 %	+3,6 %	-8,3 %	-16,2 %	+9,8 %	-2,2 %	-6,6 %	+36,6 %
Maisons du Monde	1 085,4	271,4	272,4	271,3	365,8	1 181,4	231,7	236,2	308,8	356,1	1 132,2	316,1
<i>Variation vs. N-1</i>	+7,4 %	+6,4 %	+10,7 %	+8,0 %	+9,8 %	+8,8 %	-14,6 %	-13,3 %	+13,8 %	-2,3 %	-4,0 %	+36,4 %
<i>% variation à périmètre comparable</i>	+3,1 %	+2,4 %	+6,5 %	+3,0 %	+2,8 %	+3,6 %	-19,3 %	-15,3 %	+10,6 %	-2,6 %	-6,5 %	+36,4 %
Modani	25,9	8,9	11,4	11,9	11,9	44,1	11,3	8,4	11,7	14,9	46,3	13,7
Rhinov	-	-	-	0,5	0,6	1,2	0,7	0,6	0,8	1,0	3,0	1,1
Répartition des ventes												
France	58,3 %	55,8 %	53,3 %	53,4 %	56,6 %	54,9 %	52,3 %	50,8 %	52,8 %	55,4 %	53,1 %	54,8 %
International	41,7 %	44,2 %	46,7 %	46,6 %	43,4 %	45,1 %	47,7 %	49,2 %	47,2 %	44,6 %	46,9 %	45,2 %
Réseau de magasins	77,3 %	74,2 %	73,0 %	74,3 %	78,7 %	75,3 %	71,2 %	52,7 %	71,8 %	69,4 %	67,0 %	62,6 %
Ventes en ligne	22,7 %	25,8 %	27,0 %	25,7 %	21,3 %	24,7 %	28,8 %	47,3 %	28,2 %	30,6 %	33,0 %	37,4 %
Décoration	55,7 %	53,2 %	48,1 %	50,7 %	61,6 %	54,0 %	51,7 %	45,3 %	55,8 %	62,4 %	54,9 %	53,0 %
Meubles	44,3 %	46,8 %	51,9 %	49,3 %	38,4 %	46,0 %	48,3 %	54,7 %	44,2 %	37,6 %	45,1 %	47,0 %

Réseau de magasins ⁶

(En unités)	A la fin de :											
	2018	T1 19	T2 19	T3 19	T4 19	2019	T1 20	T2 20	T3 20	T4 20	2020	T1 21
France	221	221	224	227	233	233	228	227	227	228	228	223
Italie	45	45	47	48	48	48	48	48	48	49	49	49
Espagne	23	23	24	24	27	27	27	27	27	27	27	26
Belgique	22	21	21	22	24	24	23	23	23	24	24	25
Allemagne	10	10	10	10	11	11	11	10	10	11	11	11
Suisse	7	7	8	8	9	9	9	9	9	9	9	10
Luxembourg	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Portugal	-	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Autriche	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Royaume Uni	4	4	4	4	-	-	-	-	-	-	-	-
États Unis (MDM)	1	1	1	1	2	2	2	-	-	-	-	-
États Unis (Modani)	13	14	15	16	18	18	19	18	18	17	17	17
Nombre de magasins	349	349	358	364	376	376	371	366	366	369	369	366
<i>Ouvertures nettes</i>	<i>+25</i>	<i>0</i>	<i>+9</i>	<i>+6</i>	<i>+12</i>	<i>+27</i>	<i>-5</i>	<i>-5</i>	<i>0</i>	<i>+3</i>	<i>-7</i>	<i>-3</i>
Surface ('000 m²)	398,4	398,6	408,1	416,7	432,3	432,3	431,3	428,5	429,1	434,6	434,6	433,4
<i>Variation nette</i>	<i>+35,2</i>	<i>+0,2</i>	<i>+9,5</i>	<i>+8,6</i>	<i>+15,6</i>	<i>+33,9</i>	<i>-1,0</i>	<i>-2,8</i>	<i>+0,6</i>	<i>+5,5</i>	<i>+2,3</i>	<i>-1,2</i>

⁵ A taux constant.

⁶ Excluant les magasins franchisés.



Maisons du Monde : Activité du premier trimestre 2021
Détails de connexion à la conférence téléphonique et la webdiffusion

Mercredi, 12 Mai 2021 à 9h00 CET

Coordonnées de la conférence téléphonique

<http://emea.directeventreg.com/registration/5560954>

Numéro pour le replay

Disponible du 12/05/2021 15h00 CET jusqu'au 19/05/2021 15h00 CET

Code de Confirmation: **5560954**

Standard International +44 (0) 333 3009785

N° vert:		Appel local:	
États-Unis	+1 (866) 331-1332	France	+33 (0)1 70 95 03 48
		Royaume-Uni	+44 (0) 844 5718951
		États-Unis	+1 (917) 677-7532

Lien de la webdiffusion :

<https://edge.media-server.com/mmc/p/526tfoc8>