

ACTIVITÉ DE MAISONS DU MONDE SUR LES 9 PREMIERS MOIS 2021 : RÉVISION À LA HAUSSE DES OBJECTIFS POUR L'ANNÉE 2021 NOUVELLES DECISIONS STRATÉGIQUES

I. Forte croissance des ventes sur 9M 2021 : 980 millions d'euros, +21 % (+20 % à périmètre comparable) et +16 % vs 9M19 (+10 % à périmètre comparable)

- **Ventes du T3 2021 globalement stable par rapport à l'année précédente : 317 millions d'euros, -1 % (-3 % à périmètre comparable) et +12 % vs 3T19 (+6 % à périmètre comparable)**

II. Révision à la hausse des objectifs pour 2021

- **Ventes : en hausse de deux chiffres, « low teens »**
(précédemment « croissance élevée à un chiffre »)
- **Marge d'EBIT : entre 9 % et 9,5 %**
(précédemment : augmentation jusqu'à 50 points de base)
- **Cash-flow libre : substantiellement supérieur à son niveau de 2020**
(précédemment : supérieur à son niveau de 2020)
- **Nombre de magasins à fin 2021 : légèrement supérieur à fin 2020**
(précédemment : globalement stable)

III. Désengagement de Modani : accord conclu pour réduire la participation du Groupe à 15 %

IV. Lancement d'un programme de rachat d'actions « ESG Impact » de 50 millions d'euros

NANTES – 26 Octobre 2021, 7h45 CET – [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, publie aujourd'hui les résultats consolidés non audités du Groupe pour le troisième trimestre et les neuf premiers mois de l'année 2021, annonce qu'il réduit sa participation dans Modani de 70 % à 15 % et lance un programme de rachat d'actions « ESG Impact » de 50 millions d'euros.

La conférence téléphonique aura lieu à 9h00 CET (voir détails en page 8).

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

« Nous sommes fiers de la performance que nous venons de réaliser sur neuf mois. Elle démontre à la fois notre capacité à faire face à un environnement volatil et à mettre en œuvre notre programme de croissance. Comme nous nous y attendions, l'activité s'est normalisée au troisième trimestre 2021 après un excellent T3 il y a un an. Avec une croissance à deux chiffres par rapport à 2019, notre performance atteste de la force de notre marque et de notre offre, ainsi que de la pertinence de notre modèle omnicanal paneuropéen.

Dans ce contexte, et malgré l'incertitude persistante liée à la situation sanitaire mondiale et aux perturbations de la chaîne d'approvisionnement, nous révisons à la hausse nos objectifs pour l'ensemble de l'année, en visant désormais une croissance à deux chiffres des ventes avec une marge d'EBIT comprise entre 9 % et 9,5 %.

J'ai également le plaisir d'annoncer de nouvelles initiatives dans le cadre de nos priorités stratégiques et d'allocation de capital. Nous sommes parvenus à un accord pour réduire notre participation dans Modani de 70 % à 15 % afin de pouvoir nous consacrer pleinement à l'amélioration de l'excellence opérationnelle de nos activités européennes et à la consolidation de nos positions sur nos marchés existants.

À la suite de la transaction Modani, et grâce à notre trésorerie, nous lançons par ailleurs aujourd'hui notre premier programme de rachat d'actions « ESG Impact ». C'est une nouvelle preuve de notre volonté de créer de la valeur pour nos actionnaires. Avec sa composante ESG, ce programme s'inscrit pleinement dans les valeurs, la vision et la stratégie du Groupe, qui s'attache à agir de manière citoyenne et responsable. »

I. Ventes 2021

Solides ventes depuis le début de l'année : 980 millions d'euros (+21 %)

Les ventes de Maisons du Monde au cours **des neuf premiers mois 2021** ont affiché une forte augmentation de 20,9 % par rapport à l'année précédente, pour atteindre 980 millions d'euros (+20,2 % à périmètre comparable), grâce à une augmentation de 29 % des ventes en ligne combinée à une croissance de 17 % des ventes en magasin. Celles-ci ont enregistré un rebond à la suite de la réouverture des magasins à la mi-mai, après avoir été affectées en début d'année par les fermetures décidées par les autorités publics. La croissance des ventes a également été portée par le succès des collections plus percutantes de Maisons du Monde. Par rapport aux neuf premiers mois de 2019, les ventes totales du Groupe 9M 21 ont augmenté de 16 % (+10 % à périmètre comparable).

Résumé des ventes <i>(En millions d'euros)</i>	T3 21	T3 20	% variation	9M 21	9M 20	% variation
Ventes	317,3	321,3	-1,3 %	979,9	810,2	+20,9 %
<i>% variation à périmètre comparable¹</i>	-3,1 %	+9,8 %		+20,2 %	-8,5 %	
Maisons du Monde	302,4	308,8	-2,1 %	934,3	776,7	+20,3 %
<i>% variation à périmètre comparable</i>	-4,1 %	+10,6 %		+19,0 %	-8,2 %	
Modani	13,9	11,7	+18,6 %	42,1	31,4	34,1 %
Ventes par canal de distribution						
Réseau de magasins	228,5	230,7	-0,9 %	623,0	533,3	+16,8 %
<i>En % des ventes</i>	72,0 %	71,8 %		63,6 %	65,8 %	
Ventes en ligne	88,7	90,6	-2,1 %	356,9	276,9	+28,9 %
<i>En % des ventes</i>	28,0 %	28,2 %		36,4 %	34,2 %	
Ventes par zone géographique						
France	164,1	169,8	-3,3 %	496,3	421,9	+17,6 %
<i>En % des ventes</i>	51,7 %	52,8 %		50,6 %	52,1 %	
International	153,2	151,5	1,1 %	483,6	388,3	+24,5 %
<i>En % des ventes</i>	48,3 %	47,2 %		49,4 %	47,9 %	
Ventes par catégorie de produits						
Décoration	178,8	179,4	-0,4 %	510,9	416,4	+22,7 %
<i>En % des ventes</i>	56,3 %	55,8 %		52,1 %	51,4 %	
Meubles	138,5	141,9	-2,4 %	469,0	393,8	+19,1 %
<i>En % des ventes</i>	43,7 %	44,2 %		47,9 %	48,6 %	

¹ 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.

Le Groupe estime que les confinements liés à la pandémie en Europe ont réduit les ventes totales au cours des neuf premiers mois 2021 d'environ (45) millions d'euros (-60 millions d'euros pour les ventes en magasins et +15 millions d'euros pour les ventes en ligne) contre (110) millions d'euros au cours des neuf premiers mois de 2020 (-130 millions d'euros de magasins et +20 millions d'euros en ligne).

Les ventes du Groupe au **troisième trimestre 2021** s'élèvent à 317 millions d'euros, soit une légère baisse de 1,3 % (-3,1 % à périmètre comparable) par rapport à un très bon T3 2020, qui avait été stimulé par le rebond de la consommation à la suite de la fin des confinements liés au Covid-19. Les ventes de Maisons du Monde ont baissé de 2,1 % à 302 millions d'euros (-4,1 % à périmètre comparable), tandis que les ventes de Modani de 13,9 millions d'euros ont augmenté de 18,6 %.

Marque, collections et clients

Au cours des neuf premiers mois de 2021, Maisons du Monde a enregistré une solide croissance de sa communauté Instagram (+23 % d'abonnés supplémentaires, atteignant 5,2 millions de followers en Europe) par rapport à la même période de 2020. Sur Facebook, la pénétration mensuelle moyenne a augmenté de 28 % à la fin du mois de septembre. Sur une base de neuf mois, les clients actifs ont augmenté de 23 % pour atteindre 5,4 millions. 37 % d'entre eux étaient de nouveaux clients (+22 % par rapport à l'année précédente), et ces nouveaux clients ont représenté environ 37 % des ventes totales sur neuf mois.

Les collections de décoration de Maisons du Monde ont continué à bien performer, atteignant une croissance totale de 23 % par rapport à l'année dernière sur les neufs premiers mois de l'année. La performance des ventes de meuble est également restée forte malgré une disponibilité réduite des produits, avec une croissance de 19 % sur l'ensemble du 9M 2021. Au troisième trimestre, les ventes d'articles de décoration sont restées stables (-0,4 %), avec de bonnes performances également pour les meubles d'extérieur et le petit mobilier ainsi que pour la ligne Junior.

Activité en ligne

Les ventes en ligne des 9M 2021 ont augmenté de 28,9 % pour atteindre 357 millions d'euros, soit 36 % des ventes totales du Groupe. L'activité a bénéficié des fermetures de magasins au 1er semestre, de la gratuité de la livraison Click-&Collect en magasin et de la performance de notre application mobile (les commandes mobiles ont représenté plus de la moitié de toutes les commandes en ligne au cours de la période).

Au troisième trimestre 2021, les ventes en ligne n'ont diminué que de 2,1 % par rapport à l'année précédente pour atteindre 89 millions d'euros, la base comparable du T3 2020 étant très élevée. Par rapport au 3ème trimestre 2019, les ventes en ligne ont augmenté de 21,7 %. L'activité en France a été forte avec des augmentations des commandes et du trafic de 35 % et 37 %, respectivement. Au total, l'online a représenté 28 % des ventes totales du Groupe (stable par rapport à l'année précédente). En termes de produits, la performance du trimestre est principalement due à l'augmentation des ventes de canapés, de meubles d'extérieur et de textiles.

La marketplace sélective de Maisons du Monde, élément clé du modèle omnicanal du Groupe, a poursuivi sa croissance rapide avec une GMV totalisant 46 millions d'euros au cours de la période, soit 21 % de la GMV totale en ligne en France pour la période des 9 premiers mois. À la fin du mois de septembre 2021, la marketplace comptait plus de 700 marques et 85 000 références (y compris une nouvelle offre pour les enfants) et a continué à afficher une forte dynamique, ajoutant près de 140 nouveaux vendeurs depuis le début de l'année. Conformément à notre stratégie omnicanale, la marketplace est actuellement testée dans 40 magasins français, avec des résultats prometteurs. Comme prévu, elle sera déployée sur l'ensemble du réseau de magasins français et lancée dans un autre pays au début de l'année prochaine.

Réseau de magasins

Les ventes totales des magasins au cours des 9M21 ont augmenté de 16,8 % pour atteindre 623 millions d'euros, malgré les restrictions de circulation liées au Covid-19 et le transfert attendu des dépenses vers les loisirs et les activités de plein air pendant l'été. Les ventes en France se sont élevées à 325 millions d'euros (+9,4 % par rapport à l'année précédente) et ont représenté 52 % des ventes totales des magasins (contre 56 % au cours des 9M20), tandis que les ventes internationales ont atteint 298 millions d'euros (+26,1 % par rapport à l'année précédente).

Les ventes totales des magasins au 3ème trimestre sont restées globalement stables (-0,9 %) à 229 millions d'euros, grâce à un fort T3 2020 qui avait bénéficié d'un regain de la consommation après la fin des confinements liés au Covid. Un bon taux de transformation ainsi qu'une augmentation du panier moyen soutenue par un meilleur mix tiré par la décoration ont compensé un trafic estival plus faible. Les ventes des magasins en France se sont élevées à 122 millions d'euros (-5,7 % par rapport à l'année précédente) et ont représenté 53 % des ventes totales des magasins (contre 56 % au T3 2020), tandis que les ventes des magasins à l'international ont totalisé 107 millions d'euros (+5,0 % par rapport à l'année précédente).

Au 30 septembre 2021, Maisons du Monde comptait 350 magasins en Europe et 17 magasins aux États-Unis, contre 352 et 17, respectivement, au 31 décembre 2020. La surface commerciale totale du réseau de magasins de 439 300 m² a augmenté de 4 700 m² par rapport au 31 décembre 2020. Au cours du trimestre, le Groupe a ouvert 2 nouveaux magasins : 1 à Saintes, en France, et 1 à Genève, en Suisse. Au cours de la même période, le Groupe a fermé 3 magasins en France et 1 magasin en Italie dans le cadre de l'optimisation continue de son réseau.

Engagements RSE

Depuis le début de l'année 2021, Maisons du Monde reste focalisé sur le développement de ses principaux programmes RSE, en se concentrant sur plusieurs fronts. Au cours du troisième trimestre, le Groupe a signé la charte de logistique responsable du e-commerce de la FEVAD (Fédération du e-commerce et de la vente à distance), s'engageant notamment à réduire le volume d'emballage des produits et à recourir à une logistique respectueuse de l'environnement.

Cette initiative est venue compléter d'autres actions entreprises tout au long de l'année, notamment :

- Certification ISO 50001 de tous nos magasins en France, attestant de notre optimisation de notre consommation énergétique.
- Signature de notre premier accord triennal en faveur de l'inclusion des personnes handicapées dans nos effectifs.
- Financement d'un programme de vaccination pour nos fournisseurs indiens (1 300 personnes doublement vaccinées à ce jour).
- Dons de produits à 21 hôpitaux en France, Belgique, Italie et Espagne.

II. Objectifs pour l'année 2021

Alors que nous approchons de la fin de l'année, la visibilité s'est améliorée même si l'incertitude demeure en raison des perturbations continues des chaînes d'approvisionnement en Asie.

Sur la base d'une solide performance au cours des 9 premiers mois de 2021 et en supposant que l'activité des magasins ne soit pas perturbée de manière significative pendant le reste de l'année, le Groupe relève ses objectifs pour l'ensemble de l'année comme suit :

- **Ventes : croissance modérée à deux chiffres (« low teens »)**
(précédemment « croissance élevée à un chiffre »)
- **Marge d'EBIT : entre 9 % et 9,5 %**
(précédemment : augmentation de jusqu'à 50 points de base)
- **Cash-flow libre : substantiellement supérieur à son niveau de 2020**
(précédemment : supérieur à son niveau de 2020)
- **Nombre de magasins à fin 2021 : légèrement supérieur à fin 2020**
(précédemment : globalement stable)

III. Désengagement de Modani : accord conclu pour réduire notre participation à 15 %

Maisons du Monde a conclu un accord pour réduire sa participation dans sa joint-venture américaine, Modani, de 70 % à 15 %. Un consortium d'investisseurs mené par Optimal Investment Group, un fonds d'investissement américain spécialisé dans les acquisitions de taille moyenne, a conclu un accord pour d'acquiescer auprès de Maisons du Monde une participation de 46 % dans Modani, le solde étant détenu par les actionnaires minoritaires de cette joint-venture. Cette transaction fait suite à la finalisation de la revue stratégique annoncée en mars 2021 et s'inscrit dans le cadre de la nouvelle stratégie d'allocation du capital. Une fois l'opération finalisée, elle permettra au Groupe de se recentrer pleinement sur l'Europe, où sa connaissance du marché et son modèle omnicanal unique offrent de meilleures opportunités de création de valeur pour les parties prenantes de Maisons du Monde. Les parties prévoient de finaliser la transaction dans les prochains jours.

IV. Programme de rachat d'actions "ESG Impact"

Maisons du Monde lance aujourd'hui un programme de rachat d'actions « ESG Impact » de 50 millions d'euros dans le cadre de l'autorisation donnée par l'assemblée générale annuelle des actionnaires du 4 juin 2021. Ce programme s'inscrit dans le cadre de la politique Groupe d'allocation du capital qui vise à financer une croissance rentable et à créer de la valeur durable pour toutes les parties prenantes. Le Groupe a l'intention de racheter des actions au prix du marché sur une période allant du 27 octobre 2021 à mai 2022. La composante ESG repose sur la surperformance liée au programme de rachat d'actions au cours de sa durée d'exécution, qui sera allouée à la Maisons du Monde Foundation en faveur des arbres et des forêts et à une autre association dédiée à la promotion de la diversité et de l'inclusion dans le milieu du travail.

Les actions acquises dans le cadre de ce programme de rachat sont destinées à :

- être annulées pour réduire le nombre d'actions de Maisons du Monde, et
- satisfaire les obligations de Maisons du Monde découlant des programmes d'actionnariat salarié.

Historique des ventes (En millions d'euros)	2019					2020					2021		
	S1 19	T3 19	9M 19	T4 19	2019	S1 20	T3 20	9M 20	T4 20	2020	S1 21	T3 21	9M 21
Ventes	564,0	283,7	847,7	377,8	1 225,4	488,9	321,3	810,2	371,9	1 182,1	662,6	317,3	979,9
Variation vs. N-1	+9,9 %	+9,2 %	+10,5 %	+9,7 %	+10,3 %	-13,3 %	+13,3 %	-4,4 %	-1,5 %	-3,5 %	+35,5 %	-1,3 %	+20,9 %
% variation à périmètre	+4,4 %	+3,0 %	+3,9 %	+2,8 %	+3,6 %	-17,5 %	+9,8 %	-8,5 %	-2,2 %	-6,6 %	+35,5 %	-3,1 %	+20,2 %
Maisons du Monde	543,8	271,3	815,1	365,1	1 180,2	467,9	308,8	776,7	356,1	1 132,8	632,0	302,4	934,3
Variation vs. N-1	+8,5 %	+8,0 %	+8,3 %	+9,8 %	+8,8 %	-14,0 %	+13,8 %	-4,7 %	-2,3 %	-4,0 %	+35,1 %	-2,1 %	+20,3 %
% variation à périmètre comparable	+4,4 %	+3,0 %	+3,9 %	+2,8 %	+3,6 %	-17,3 %	+10,6 %	-8,2 %	-2,6 %	-6,5 %	+34,2 %	-4,1 %	+19,0 %
Modani	20,3	11,9	32,1	11,9	44,1	19,7	11,7	31,4	14,9	46,3	28,2	13,9	42,1
Répartition des ventes													
France	54,5 %	53,4 %	54,2 %	56,6 %	54,9 %	51,6 %	52,8 %	52,1 %	55,4 %	53,1 %	50,1 %	51,7 %	50,6 %
International	45,5 %	46,6 %	45,8 %	43,4 %	45,1 %	48,4 %	47,2 %	47,9 %	44,6 %	46,9 %	49,9 %	48,3 %	49,4 %
Réseau de magasins	73,6 %	74,3 %	73,8 %	78,7 %	75,3 %	61,9 %	71,8 %	65,8 %	69,4 %	67,0 %	59,5 %	72,0 %	63,6 %
Ventes en ligne	26,4 %	25,7 %	26,2 %	21,3 %	24,7 %	38,1 %	28,2 %	34,2 %	30,6 %	33,0 %	40,5 %	28,0 %	36,4 %
Décoration	50,7 %	50,7 %	50,7 %	61,6 %	54,0 %	48,5 %	55,8 %	51,4 %	62,4 %	54,9 %	50,1 %	56,3 %	52,1 %
Meubles	49,3 %	49,3 %	49,3 %	38,4 %	46,0 %	51,5 %	44,2 %	48,6 %	37,6 %	45,1 %	49,9 %	43,7 %	47,9 %

Réseau de magasins²

(En unités)	A la fin de :										
	T3 19	T4 19	2019	T1 20	T2 20	T3 20	T4 20	2020	T1 21	T2 21	T3 21
France	227	233	233	228	227	227	228	228	223	222	220
Italie	48	48	48	48	48	48	49	49	49	49	48
Espagne	24	27	27	27	27	27	27	27	26	28	28
Belgique	22	24	24	23	23	23	24	24	25	26	26
Allemagne	10	11	11	11	10	10	11	11	11	12	12
Suisse	8	9	9	9	9	9	9	9	10	10	11
Luxembourg	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Portugal	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Autriche	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1
Royaume Uni	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
États Unis (MDM)	1	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-
États Unis (Modani)	16	18	18	19	18	18	17	17	17	17	17
Nombre de magasins	364	376	376	371	366	366	369	369	366	369	367
Ouvertures nettes	+6	+12	+27	-5	-5	0	+3	-7	-3	+3	-2
Surface ('000 m²)	416,7	432,3	432,3	431,3	428,5	429,1	434,6	434,6	433,4	438,7	439,3
Variation nette	+8,6	+15,6	+33,9	-1,0	-2,8	+0,6	+5,5	+2,3	-1,2	+5,3	+0,6

² Excluant les magasins franchisés.



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 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 et un EBITDA de 241 millions d'euros en 2020. Au 31 décembre 2020, le Groupe exploitait un réseau de 369 magasins dans neuf pays –France, Italie, Espagne, Belgique, Luxembourg, Allemagne, Suisse, États-Unis et Portugal –, et a généré 47% de ses ventes hors de France. Le Groupe a également construit une plateforme de e-commerce complète et complémentaire, dont les ventes ont progressé de plus de 30% en moyenne par an de 2010 à 2019. 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

Contacts

Relations Investisseurs

Christopher Welton – +33 7 85 70 71 41

Relations Presse

Mathilde Degeorges – +33 6 73 66 23 28

Maisons du Monde: Résultats du 3^{ème} trimestre et des 9 premiers mois 2021

Détails de connexion à la conférence téléphonique et au Webcast

Mardi 26 Octobre 2021 à 9h00 CET

Détails de connexion à la conférence

- Veuillez-vous inscrire en utilisant le lien ci-dessous 15 à 30 minutes avant l'heure de début prévue.
- Les participants recevront par e-mail un code d'accès unique à l'événement et un numéro d'identification.
- Veuillez-vous connecter à l'un des numéros fournis dans l'e-mail et suivre les instructions pour être connecté à l'appel.

<http://emea.directeventreg.com/registration/5967435>

Détails de connexion au Webcast

- Veuillez-vous connecter en utilisant le lien ci-dessous au moins 15 minutes avant l'heure de début prévue.

<https://edge.media-server.com/mmc/p/ixkyo5pt>

Numéro pour le replay

Disponible du 26/10/21 (14h00 CET) au 02/11/2021 (14h00 CET)

Code de confirmation: **5967435**

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) 8445 718951

États-Unis

+1 (917) 677-7532

Journée Investisseurs 2021 de Maisons du Monde le 8 novembre 2021

Maisons du Monde organisera une journée investisseurs virtuelle le lundi 8 novembre 2021 à 16h30 CET (heure de Paris). Les détails de la webdiffusion et de la session Questions/Réponse sont les suivants :

Détails de la connexion à la webdiffusion de la journée investisseurs

Pour accéder à la webdiffusion :

<https://www.yuca.tv/en/maisonsdumonde/mdmcmd2021>

Veillez-vous connecter en utilisant le lien ci-dessus au moins 15 minutes avant l'heure de début prévue (16h30 CET).

NB : la webdiffusion sera en mode « écoute uniquement ». Si vous souhaitez poser une question pendant la session de Questions-Réponses, veuillez suivre les instructions « Détails de connexion à la session Questions-Réponses » ci-dessous.

Détails de la connexion à la session Questions-Réponses

(début prévu entre 17h45 CET et 18h00 CET – les horaires peuvent varier)

- Veuillez-vous inscrire en utilisant le lien ci-dessous 15 à 30 minutes avant l'heure de début prévue.
- Les participants recevront par courriel un code d'accès direct à l'événement unique et un identifiant.
- Veuillez-vous connecter à l'un des numéros fournis dans le courriel et suivre les instructions pour être connecté à la conférence téléphonique questions-réponses en direct.

<http://emea.directeventreg.com/registration/7957797>

Numéros pour le replay de la session Q&A

Disponible du 08/11/21 (21h30 CET) jusqu'au 15/11/2021 (21h30 CET)

Code de confirmation : **7957797**

Standard International +44 (0) 3333 009785

N° vert :

Appel local :

États-Unis

+1 (866) 331-1332

France

+33 (0)1 70 95 03 48

Royaume-Uni

+44 (0) 8445 718951

États-Unis

+1 (917) 677-7532