

Ventes du troisième trimestre et des neuf mois 2024

Poursuite de la mise en œuvre du plan de Transformation *Inspire Everyday*

Ventes au 3^{ème} trimestre sensiblement affectées par un environnement volatil et les rénovations de magasins, une amélioration de la tendance observée en septembre

- Ventes du T3 en baisse de 14,3% à périmètre comparable (non ajustées des magasins en cours de rénovation sur le trimestre), un mois de septembre qui montre une évolution plus favorable à -9,4%
- Plan de transformation en bonne voie
 - Discipline financière :
 - Objectif annuel d'économies de coûts de 45 millions d'euros et réduction de stocks et des capex en ligne avec les prévisions
 - Réseau de magasins :
 - 20 magasins rénovés, 41 en cours de rénovation avec une réouverture prévue début novembre, avant le pic de fin d'année
 - Les nouveaux concepts de magasins affichent une performance très supérieure au reste du réseau : les 6 magasins avec le plus d'historique ont une évolution des ventes supérieure à deux chiffres vs leurs comparables et une croissance positive des ventes vs l'année dernière depuis leur réouverture
 - Retraités des magasins en transformation durant le T3, les ventes de septembre du réseau de magasins présentent une baisse de -7,3%
 - Poursuite du déploiement du modèle d'affiliation : premier magasin créé par un partenaire affilié en septembre
 - 336 magasins au 30 septembre 2024 dont 8 affiliés et 3 franchisés
 - Réduction des prix et de l'assortiment :
 - Finalisation de la campagne de réduction de prix sur près de 3 000 références avec une hausse des volumes de +26% sur les 350 références ajustées en septembre
 - Réduction de l'assortiment de 20% pour la collection Automne-Hiver 2024 vs AH2022
 - Simplification du Comex centré sur le Client, avec le regroupement de l'ensemble des canaux de vente sous un unique directeur omnicanal
- Reconnexion avec le Client au cœur de nos actions commerciales pour le T4
 - Catalogue Automne-Hiver 2024 diffusé pour la première fois en supplément dans des magazines de mode et de décoration en France, avec une diffusion combinée à 440 000 exemplaires
 - Lancement du premier programme de fidélité en France et de Maisons du Monde +, plateforme Web TV de contenus inspirants autour de la décoration
 - Campagnes publicitaires pour renforcer la visibilité de la marque et l'engagement des Clients

François-Melchior de Polignac a commenté : « Nous restons pleinement engagés à transformer notre modèle dans le cadre du plan *Inspire Everyday* et nous progressons bien malgré un contexte économique volatil. Nous avons mis en place une discipline financière rigoureuse avec une gestion stricte des coûts et du cash. Nos efforts se concentrent également sur l'amélioration continue de l'expérience Client, le développement de notre réseau de magasins avec nos partenaires, et le renforcement de l'accessibilité de notre offre tout en réduisant les inefficiences du modèle. Le plein effet de cette transformation n'est pas encore visible en cette période de transition, mais nous nous attendons à ce qu'il se concrétise dans les trimestres à venir.

La reconnexion avec notre Client est une priorité pour nous, notamment à travers le lancement de notre tout premier programme de fidélité, *Ma Maison du Monde*, au début du mois d'octobre.

Conçu par et pour nos Clients, ce programme reflète notre engagement à créer des expériences uniques et personnalisées tout en renforçant le lien émotionnel avec notre Marque, inspirante, accessible et durable. »

AUDIO WEBCAST POUR LES INVESTISSEURS ET LES ANALYSTES : 24 octobre 2024 à 9h00 CEST / Présentation en anglais

Connection Webcast : <https://edge.media-server.com/mmc/p/yt9w2bwf>

Conférence téléphonique : <https://register.vevent.com/register/B1e2a0c3c04a8b4f0c946f0c3746ccc7da>

PERFORMANCE DES VENTES DU 3^{EME} TRIMESTRE ET DES 9 MOIS 2024

(en millions d'euros)	T3 2024	T3 2023	% Variation	9M 2024	9M 2023	% Variation
GMV Groupe	245,8	285,2	-13,8%	805,4	896,0	-10,1%
Ventes	213,5	252,3	-15,3%	704,7	795,7	-11,4%
<i>Périmètre comparable (Lfl)</i>	<i>207,7</i>	<i>242,4</i>	<i>-14,3%</i>	<i>684,4</i>	<i>764,7</i>	<i>-10,5%</i>
Ventes par catégorie de produits						
Décoration	112,0	143,7	-22,1%	366,0	433,1	-15,5%
% des ventes	52,4%	57,0%		51,9%	54,4%	
Meuble	101,6	108,6	-6,4%	338,8	362,7	-6,6%
% des ventes	47,6%	43,0%		48,1%	45,6%	
Ventes par canal de distribution						
Réseau de magasins	153,2	182,7	-16,1%	496,3	564,9	-12,1%
% des ventes	71,7%	72,4%		70,4%	71,0%	
Ventes en ligne	60,4	69,7	-13,5%	208,4	230,8	-9,7%
% des ventes	28,3%	27,6%		29,6%	29,0%	
Ventes par pays						
France	117,4	138,6	-15,3%	383,1	430,2	-10,9%
% des ventes	54,9%	54,9%		54,4%	54,1%	
International	96,2	113,8	-15,4 %	321,6	365,5	-12,0%
% des ventes	45,1%	45,1%		45,6%	45,9%	

Détail des ventes du 3^{ème} trimestre 2024

Les **ventes du Groupe** au 3^{ème} trimestre 2024 ont reculé de 15,3 % par rapport à la même période en 2023. Cette baisse reflète notamment un environnement macroéconomique instable, toujours marqué par des perturbations sur la chaîne d'approvisionnement. Ces facteurs externes sont amplifiés par la transformation profonde de l'entreprise dans le cadre de notre plan Inspire Everyday, comme la rénovation du réseau, avec plusieurs dizaines de magasins en réimplantation au cours du trimestre. A périmètre comparable, la baisse des ventes s'établit à 14,3%, intégrant un mois de septembre plus résilient à -9,4%.

Les **ventes en ligne** se sont élevées à 60,4 millions d'euros, en baisse de 13,5%, principalement due à une diminution du trafic. La Marketplace a poursuivi sa croissance notamment en Italie et en Espagne.

Les **ventes en magasin** ont baissé de 16,1% et de 14,1% à périmètre comparable.

Une meilleure gestion des stocks à faible rotation, initiée en 2023, a conduit à une offre plus restreinte pour les soldes de fin de saison Printemps-Été par rapport à l'année dernière, avec une durée plus courte et un taux de remise réduit. Des retards dans la mise en place de la nouvelle collection ont également eu un impact temporaire sur les ventes. Cependant, la tendance des ventes s'est nettement améliorée sur le mois de septembre. Retraitées des magasins en transformation durant le 3^{ème} trimestre, les ventes de septembre du réseau de magasins présentent une baisse de -7,3% par rapport au 3^{ème} trimestre 2023.

Au cours du trimestre, Maisons du Monde a arrêté d'opérer quatre magasins en propre dont un a été transféré à un affilié pour une réouverture prévue en octobre. Une première création d'un magasin par un affilié a eu lieu. À fin septembre 2024, le réseau comprend 336 magasins, dont 8 sous affiliation et 3 en franchise.

Les **ventes de décoration** ont diminué de 22,1% et s'élèvent à 112,0 millions d'euros, affectées plus fortement que le meuble en raison de retards de mise en place des produits et par une meilleure performance des soldes de fin de saison l'année dernière.

Les **ventes de meuble** résistent mieux avec une baisse limitée à 6,4% sur le trimestre.

La **France** enregistre une baisse des ventes de 15,3% compte tenu des travaux de rénovation et de la gestion active du parc. A noter également que le trafic en magasins a été perturbé par les Jeux Olympiques en région parisienne.

Les **ventes internationales** affichent une baisse de 15,4%, identique à la France pour les mêmes raisons.

PRIORITES POUR LE 4^{ème} TRIMESTRE 2024

La discipline financière reste la pierre angulaire dans un environnement macroéconomique toujours incertain. Le plan d'économies de coûts de 45 millions d'euros pour l'exercice 2024 suit son cours pour atteindre 80 millions d'euros d'économies en tout depuis 2023, et s'accompagne d'un suivi rigoureux des investissements et d'une optimisation du besoin en fonds de roulement.

Le quatrième trimestre 2024 est une période clé pour Maisons du Monde, avec pour priorités de stimuler la performance commerciale et d'offrir une belle expérience Client :

1. **Poursuite de la modernisation et de l'optimisation du réseau de magasins**, avec l'objectif de rénover 63 magasins d'ici fin 2024 pour offrir une expérience d'achat enrichie et optimisée. Un concept spécifiquement adapté aux attentes des Clients des centres commerciaux sera lancé à Montpellier Polygone et Nice Cap 3000.
2. **Optimisation de l'offre avec la réduction des références tout en élargissant notre offre** notamment avec de nouveaux partenaires locaux tournés vers le cadeau dans le réseau en France.
3. **Lancement de Seconde Chance sur le Web en France**, suite au succès en magasin de cette initiative d'économie circulaire (plus de 300 000 produits vendus depuis octobre 2023). Des meubles issus des retours clients seront ainsi remis en vente sur le web pour la première fois.
4. **Renforcement de la relation Client** à travers le déploiement du programme de fidélité "Ma Maison du Monde", et de **Maisons du Monde +** plateforme Web TV de contenus inspirants autour de la décoration.

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.

Agenda financier

4 février 2025	Ventes du 4 ^{ème} trimestre et de l'année 2024
11 mars 2025	Résultats de l'année 2024
15 mai 2025	Ventes du 1 ^{er} trimestre 2025
25 juillet 2025	Ventes du 2 ^{ème} trimestre et résultats du 1 ^{er} semestre 2025
23 octobre 2025	Ventes du 3 ^{ème} trimestre et des 9 mois 2025

A propos de Maisons du Monde

Maisons du Monde est l'acteur de référence de la maison inspirante, accessible et durable. L'enseigne propose une gamme riche et constamment renouvelée de meubles et d'accessoires de décoration dans une multiplicité de styles. S'appuyant sur un modèle omnicanal hautement performant et un accès direct aux consommateurs, le Groupe réalise plus de 50 % de ses ventes à travers sa plateforme digitale, et opère dans 10 pays européens.

corporate.maisonsdumonde.com

Contacts

Relations investisseurs

Carole Alexandre
Tel : (+33) 6 30 85 12 78
calexandre@maisonsdumonde.com

Relations presse

Pierre Barbe
Tel : (+33) 6 23 23 08 51
pbarbe@maisonsdumonde.com

Michelle Kamar
Tel : (+33) 6 09 24 42 42
michelle@source-rp.com