

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MAISONS DU MONDE :
FORTE PROGRESSION DES VENTES AU PREMIER TRIMESTRE (+21%)

-
- **Ventes de 228,8 M€, en hausse de 20,9% par rapport au T1 2016, avec une forte croissance à périmètre comparable de 11,9%**
 - **Poursuite de la forte croissance des ventes en ligne (+43,4%) et niveau d'activité soutenu à l'international (+33,0%)**
 - **Croissance annuelle des ventes attendue en haut de la fourchette de 12 à 14% précédemment communiquée pour 2017**
-

Nantes, 2 mai 2017,

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 premier trimestre 2017.

À cette occasion, Gilles Petit, Directeur général de Maisons du Monde, a déclaré :

« Maisons du monde a enregistré une très bonne performance au premier trimestre 2017, meilleure qu'attendue, intégrant une base de comparaison élevée au premier trimestre 2016, avec une hausse à deux chiffres des ventes dans toutes les activités et zones géographiques.

La forte croissance des ventes en ligne et des activités à l'international du Groupe démontre de nouveau la pertinence de son positionnement omnicanal et la réussite de sa stratégie de développement maîtrisé de son réseau de magasins.

Malgré un environnement de marché incertain, ce premier trimestre permet au Groupe de commencer l'année sur des bases solides et de confirmer sa capacité à réaliser l'ensemble des objectifs de croissance de moyen terme. »

Poursuite de la dynamique de forte croissance

Au premier trimestre 2017, les ventes ont atteint 228,8 millions d'euros, en hausse de 20,9% par rapport au premier trimestre 2016, reflétant la poursuite de la dynamique de forte croissance dans toutes les activités et zones géographiques du Groupe, tout particulièrement s'agissant des ventes en ligne (+43,4%) et à l'international (+33,0%).

Les ventes à périmètre comparable ont progressé de 11,9% au premier trimestre 2017, intégrant une base de comparaison élevée au premier trimestre 2016 (ventes du T1 2016 en hausse de 16,7% à périmètre comparable par rapport au T1 2015). Cette forte performance a principalement reflété :

- Le bénéfice sur une partie du trimestre du succès de la livraison gratuite en magasins des commandes d'articles de décoration en ligne, service qui avait été lancé fin février 2016 en France et en Suisse, et fin septembre 2016 en Italie.
- La décision du Groupe d'implanter en magasins plus tôt dans l'année les nouveautés du catalogue 2017, qui ont reçu un très bon accueil de la part des clients ;
- Le lancement anticipé d'un mois en Espagne et en Italie de la nouvelle collection d'articles de décoration et de mobilier d'extérieur du Groupe.

Au premier trimestre 2017, Maisons du Monde a enregistré une ouverture nette de magasin, incluant 5 ouvertures brutes (1 en France, 1 en Italie, 1 en Espagne, 1 en Allemagne, et 1 en Suisse) et 4 repositionnements, conforme à son planning opérationnel.

A fin mars 2017, le Groupe opère un réseau de 289 magasins (dont 88 à l'international), avec une surface de vente totale d'environ 331 000 mètres carrés.

Durant le premier trimestre, le Groupe a également poursuivi ses initiatives omnicanales, avec le lancement du service de livraison gratuite en magasin en Espagne et en Allemagne.

Perspectives

Compte tenu d'un environnement de marché incertain et d'une tendance du premier trimestre qui ne peut être projetée sur l'ensemble de l'année 2017, Maisons du Monde précise ses objectifs pour 2017 :

- Hausse des ventes en haut de la fourchette de 12 à 14% précédemment communiquée¹ ;
- Croissance à périmètre comparable attendue autour de 5% ;
- 25 à 30 ouvertures nettes de magasins ;
- Marge d'EBITDA supérieure à 13,0% des ventes.

¹ Se référer au communiqué de presse des Résultats Annuels 2016 publié par la Société le 6 mars 2017.

Résumé des ventes du premier trimestre 2017

En millions d'euros	Trimestre clos le 31 Mars		
	T1 2016	T1 2017	% Variation
Ventes par zone géographique			
France	123,3	141,0	+14,4%
International	66,0	87,8	+33,0%
Total	189,3	228,8	+20,9%
Ventes par zone géographique (%)			
France (%)	65,1%	61,6%	-
International (%)	34,9%	38,4%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	102,1	126,1	+23,5%
Meuble	87,2	102,7	+17,9%
Total	189,3	228,8	+20,9%
Ventes par catégorie de produits (%)			
Décoration (%)	53,9%	55,1%	-
Meuble (%)	46,1%	44,9%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	153,3	177,2	+15,6%
Ventes en ligne	36,0	51,6	+43,4%
Total	189,3	228,8	+20,9%
Ventes par canal de distribution (%)			
Réseau de magasins (%)	81,0%	77,5%	-
Ventes en ligne (%)	19,0%	22,5%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-

Principaux indicateurs opérationnels

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 ou par le biais des applications mobiles ou des sites Internet, ainsi que les activités B2B. Elles excluent principalement les participations aux frais de livraison, ainsi que le chiffre d'affaires relatif aux prestations de services logistiques fournies à des tiers. Le Groupe utilise le concept de ventes, plutôt que celui de chiffre d'affaires, pour le calcul de sa croissance à périmètre comparable, de sa marge brute, de sa marge d'EBITDA et de sa marge d'EBIT.
- **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 plateformes de ventes en ligne et via les activités B2B 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 avant éléments opérationnels non-récurrents, et après exclusion (i) des dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations, (ii) de la variation de la juste valeur des instruments financiers dérivés, (iii) des frais de gestion facturés par l'actionnaire de référence préalablement à l'introduction en bourse, et (iv) des charges encourues avant l'ouverture des nouveaux magasins.

Calendrier financier 2017²

19 mai 2017 – Assemblée générale des actionnaires

27 juillet 2017 – Résultats du S1 2017 (communiqué de presse après bourse et conférence téléphonique)

26 octobre 2017 – Ventes du T3 2017 (communiqué de presse après bourse)

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 obtenir 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 dans le secteur de l'aménagement de la maison, proposant des collections de meubles et des objets de décoration originaux et accessibles, déclinés en différents styles. Le Groupe développe son activité 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 développé ses activités à travers l'Europe depuis 2003. En 2016, les ventes du Groupe ont atteint 882 millions d'euros et son EBITDA était de 123 millions d'euros. Le Groupe exploite 288 magasins dans sept pays – France, Italie, Espagne, Belgique, Suisse, Allemagne et Luxembourg – et a généré 36% de ses ventes hors de France en 2016. Le Groupe a par ailleurs réussi l'intégration d'une plateforme de commerce en ligne complète et complémentaire, dont le taux de croissance moyen annuel de ses ventes a atteint 37% de 2010 à 2016. Cette plateforme, disponible dans onze pays (les sept pays d'implantation de ses magasins, ainsi que l'Autriche, les Pays-Bas, le Portugal et le Royaume-Uni), a représenté 19% des ventes du Groupe en 2016.

www.maisonsdumondeipo.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

² Calendrier indicatif.