



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MAISONS DU MONDE : RÉSULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2018

Un premier semestre solide dans un environnement difficile

Mise à jour des objectifs de l'année 2018

- **Ventes en hausse de 11% à 507 M€ incluant Modani, et de 9,8% à périmètre constant**
 - **Croissance des ventes à périmètre comparable de 4,8%, reflétant un environnement commercial moins porteur que prévu au T2 2018**
 - **Poursuite de la forte dynamique de croissance des ventes en lignes (+17,8%) et des activités à l'international (+13,6%) à périmètre constant**
 - **EBITDA en hausse de 11,1% à 48 M€ ; marge d'EBITDA stable à 9.5%**
 - **Résultat net de 8,1 M€, en augmentation de près de 30% vs. S1 2017**
 - **Amélioration du ratio de levier financier à 1,5x vs. 1,8x au S1 2017**
 - **Mise à jour des objectifs de l'année 2018 :**
 - **À périmètre constant, croissance des ventes désormais attendue autour de 8%, reflétant un environnement commercial moins porteur en France et un décalage d'ouvertures de magasins – 19 ouvertures nettes prévues en 2018, 6 ouvertures de magasins ayant été décalées au T1 2019**
 - **En incluant Modani, croissance des ventes attendue supérieure à 10% et 22 ouvertures nettes de magasins**
 - **Marge d'EBITDA supérieure à 13% des ventes, inchangée tant à périmètre constant qu'en incluant Modani**
-

Nantes, 30 juillet 2018

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 résultats du premier semestre 2018.

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

« Avec des ventes proches d'une croissance à deux chiffres et un EBITDA en hausse de 11%, Maisons du Monde a réalisé une solide performance au premier semestre, malgré un environnement commercial difficile au deuxième trimestre, en particulier dans les magasins en France. Cette performance a reflété la dynamique toujours forte des ventes en ligne et des activités internationales. De plus, l'intégration de Modani se déroule avec succès et ses résultats sont conformes aux attentes.

Tenant compte d'un environnement commercial moins porteur et du décalage à début 2019 de quelques ouvertures de magasins, nous avons mis à jour nos objectifs pour l'année 2018. Dans ce contexte, nous restons concentrés sur nos priorités et nous sommes confiants dans le plan opérationnel que nous avons défini avec le comité exécutif pour le second semestre, confirmant ainsi la solidité du modèle économique de Maisons du Monde et de sa stratégie omnicanale. »

Solide performance commerciale au S1 2018 dans des conditions de marché difficiles

Maisons du Monde a réalisé des ventes de 507,0 millions d'euros au premier semestre 2018, en hausse de 11,0% par rapport au premier semestre 2017 en incluant Modani, et de 9,8% à périmètre constant. La croissance des ventes à périmètre comparable a été de 4,8% (à périmètre constant), tenant compte d'un environnement commercial moins porteur que prévu au deuxième trimestre, en particulier dans les magasins en France. Ceci a résulté de facteurs spécifiques tels que les grèves de transport et un effet calendaire plus fort qu'attendu en mai, qui ont impacté le trafic en magasins. Néanmoins, les ventes en ligne, en hausse de 17,8% au premier semestre (+20,5% au T2 2018), et les activités à l'international, en hausse de 13,6%, ont maintenu leur forte dynamique de croissance, soulignant la solidité du modèle économique et de la stratégie omnicanale du Groupe.

Conformément à son objectif stratégique d'améliorer l'expérience client omnicanale, Maisons du Monde a commencé à déployer de nouveaux outils visant à renforcer la bonne exécution du merchandising en magasins, les paiements sans contact et mobiles facilitant le passage en caisse, ainsi que des solutions de livraison centrées sur les besoins des clients.

Au cours du premier semestre 2018, Maisons du Monde a poursuivi la mise en œuvre de son plan de développement, avec 7 ouvertures nettes de magasins, toutes sur le deuxième trimestre (11 ouvertures brutes, dont 4 à l'international et 4 *shop-in-shops*, et 4 fermetures pour repositionnement).

Depuis son acquisition en mai dernier, Modani a réalisé des performances conformes aux attentes et des synergies commerciales ont commencé à être mises en œuvre. Trois nouveaux showrooms ont été ouverts en juillet 2018, portant le total à 13.

Maintien d'un solide niveau de rentabilité

La marge brute a atteint à 65,0% au premier semestre 2018, contre 65,3% au premier semestre 2017, reflétant une augmentation de la part des ventes de meubles dans le mix produit de Maisons du Monde, comme prévue, et l'intégration de Modani sur la période mai-juin.

L'EBITDA s'est élevé à 48,0 millions d'euros au premier semestre 2018, en hausse de 11,1% par rapport au premier semestre 2017, soit une marge d'EBITDA stable de 9,5%. Cette performance a résulté d'une solide croissance des ventes sur la période, d'un levier opérationnel positif et d'une gestion efficace des coûts, ayant permis à Maisons du Monde d'augmenter ses dépenses publicitaires et de poursuivre ses investissements dans des initiatives de croissance.

Le résultat net a atteint 8,1 millions d'euros au premier semestre 2018, par rapport à 6,2 millions d'euros au premier semestre 2017, soit une progression de près de 30%.

Poursuite du désendettement

Le Groupe a poursuivi son désendettement au premier semestre 2018, malgré l'acquisition de Modani. Au 30 juin 2018, l'endettement net s'élevait à 213,1 millions d'euros, par rapport à 230,2 millions d'euros au 30 juin 2017. En conséquence, le ratio de levier financier s'est amélioré à 1,5x, contre 1,8x au 30 juin 2017. Excluant l'impact de Modani, le ratio de levier financier de Maisons du Monde aurait atteint 1,2x au 30 juin 2018, en amélioration de 0,6x par rapport au 30 juin 2017.

Priorités commerciales pour le second semestre 2018

Au second semestre 2018, Maisons du Monde continuera à renforcer son modèle économique omnicanal et international, en se concentrant sur ses 4 priorités stratégiques :

- Proposer une offre attractive pour les clients, avec le lancement du premier catalogue Luminaires, de la collection de décoration automne-hiver et de la première collection capsule en partenariat avec Chantal Thomass ;
- Poursuivre les investissements dans le développement du réseau, avec notamment l'ouverture de deux magasins *flagships* à Madrid et Berlin ;
- Améliorer l'approche client omnicanale, en déployant un service de conseil Déco en magasins et digital, incluant une application 3D permettant aux clients de visualiser leurs meubles chez eux ;
- Accélérer la stratégie CRM du Groupe, en facilitant la localisation des magasins et en personnalisant les communications clients.

Mise à jour des objectifs de l'année 2018

Compte tenu d'un environnement commercial moins porteur que prévu au deuxième trimestre 2018, d'une position plus prudente quant au contexte commercial en France au second semestre 2018 et d'un décalage d'ouvertures de magasins, Maisons du Monde met à jour ses objectifs pour 2018 comme suit :

- À périmètre constant, la croissance des ventes est désormais attendue autour de 8% et les ouvertures nettes de magasins à 19 (contre une croissance des ventes autour de 10% et 25-30 ouvertures nettes de magasins précédemment) ; 6 ouvertures de magasins initialement prévues en 2018 auront lieu au T1 2019 ;
- En incluant Modani, la croissance des ventes est attendue supérieure à 10% et les ouvertures nettes de magasins à 22 ;
- Marge d'EBITDA supérieure à 13% des ventes, inchangée tant à périmètre constant qu'en incluant Modani.

ANNEXES¹

Résumé des ventes du T2 2018 de Maisons du Monde²

En millions d'euros	Trimestre clos le 30 juin		
	2017	2018	% variation
Ventes	227,8	246,1	+8,0%
<i>% variation à périmètre comparable</i>	<i>+6,2%</i>	<i>+4,2%</i>	<i>-</i>
Ventes par zone géographique			
France	138,0	144,6	+4,8%
International	89,8	101,4	+12,9%
Total	227,8	246,1	+8,0%
France (%)	60,6%	58,8%	-
International (%)	39,4%	41,2%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	177,3	185,2	+4,5%
Ventes en Ligne	50,5	60,8	+20,5%
Total	227,8	246,1	+8,0%
Réseau de magasins (%)	77,8%	75,3%	-
Ventes en ligne (%)	22,2%	24,7%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	116,9	122,7	+5,0%
Meubles	110,9	123,4	+11,3%
Total	227,8	246,1	+8,0%
Décoration (%)	51,3%	49,9%	-
Meubles (%)	48,7%	50,1%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-

¹ Les procédures d'audit sont en cours de finalisation.

² Excluant Modani.

Résumé des ventes du S1 2018 de Maisons du Monde³

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin		
	2017	2018	% variation
Ventes	456,6	501,2	+9,8%
<i>% variation à périmètre comparable</i>	<i>+9,0%</i>	<i>+4,8%</i>	<i>-</i>
Ventes par zone géographique			
France	279,0	299,4	+7,3%
International	177,6	201,8	+13,6%
Total	456,6	501,2	+9,8%
France (%)	61,1%	59,7%	-
International (%)	38,9%	40,3%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	354,6	381,0	+7,5%
Ventes en Ligne	102,0	120,2	+17,8%
Total	456,6	501,2	+9,8%
Réseau de magasins (%)	77,7%	76,0%	-
Ventes en ligne (%)	22,3%	24,0%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	242,9	264,3	+8,8%
Meubles	213,7	236,8	+10,9%
Total	456,6	501,2	+9,8%
Décoration (%)	53,2%	52,7%	-
Meubles (%)	46,8%	47,3%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-

³ Excluant Modani.

Principaux indicateurs financiers du T2 2018

En millions d'euros	Trimestre clos le 30 juin		
	2017	2018	% variation
Ventes	227,8	251,9	+10,6%
<u>Dont</u> : Maisons du Monde	227,8	246,1	+8,0%
% variation à périmètre comparable	+6,2%	+4,2%	-
Modani	-	5,8	n/a

Principaux indicateurs financiers du S1 2018

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin		
	2017	2018	% variation
Ventes	456,6	507,0	+11,0%
<u>Dont</u> : Maisons du Monde	456,6	501,2	+9,8%
% variation à périmètre comparable	+9,0%	+4,8%	-
Modani	-	5,8	n/a
Marge brute	298,2	329,7	+10,6%
En % des ventes	65,3%	65,0%	(30)pbs
EBITDA	43,2	48,0	+11,1%
En % des ventes	9,5%	9,5%	-
EBIT	28,0	30,6	+9,5%
En % des ventes	6,1%	6,0%	(10)pbs
Résultat net	6,2	8,1	+29,7%
Flux de trésorerie disponible⁴	0,5	(25,7)	n/a
Endettement net	230,2	213,1	(7,4)%
Ratio de levier financier ⁵ (x)	1,8x	1,5x	(0,3)x

⁴ Avant acquisition de filiales (nettes de la trésorerie acquise).

⁵ Endettement net divisé par l'EBITDA des douze derniers mois (incluant Modani sur une base pro forma pour la période, hors dettes relatives à l'earn-out et à l'option de vente).

Réconciliation de l'EBITDA

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin	
	2017	2018
Résultat opérationnel courant	16,6	21,2
Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations	15,2	17,4
Variation de la juste valeur des instruments financiers dérivés	2,4	0,8
Dépenses liées aux catalogues ⁶	6,7	6,9
Taxes (IFRIC 21) ⁶	0,7	0,8
EBITDA avant frais de pré-ouverture	41,7	47,1
Frais de pré-ouverture	1,5	0,9
EBITDA	43,2	48,0

Réconciliation de l'EBIT

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin	
	2017	2018
EBITDA	43,2	48,0
Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations	(15,2)	(17,4)
EBIT	28,0	30,6

Réconciliation du flux de trésorerie disponible

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin	
	2017	2018
EBITDA	43,2	48,0
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(3,4)	(44,2)
Impôt sur le résultat payé	(3,6)	(3,2)
Frais de pré-ouverture	(1,5)	(0,9)
Dépenses liées aux catalogues ⁶	(6,7)	(6,9)
Taxes (IFRIC 21) ⁶	(0,7)	(0,8)
Variation des autres éléments liés aux activités opérationnelles	0,4	(0,7)
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles^(a)	27,7	(8,7)
Dépenses d'investissement	(24,0)	(15,9)
Acquisition de filiales (nettes de la trésorerie acquise)	-	(36,3)
Produits de cessions et dettes sur immobilisations	(3,2)	(1,1)
Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement^(b)	(27,2)	(53,3)
Flux de trésorerie disponible^{(a)+(b)}	0,5	(62,0)
Flux de trésorerie disponible avant acquisition de filiales (nettes de la trésorerie acquise)	0,5	(25,7)

⁶ Pro rata temporis sur la période.

Compte de résultat consolidé

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin	
	2017	2018
Ventes	456,6	507,0
Autres produits de l'activité	13,1	14,9
Chiffre d'affaires	469,7	522,0
Coût des ventes	(158,4)	(177,3)
Charges de personnel	(91,0)	(102,4)
Charges externes	(183,1)	(200,8)
Dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations	(15,2)	(17,4)
Juste valeur des instruments financiers dérivés	(2,4)	(0,8)
Autres produits et charges d'exploitation	(2,9)	(2,1)
Résultat opérationnel courant	16,6	21,2
Autres produits et charges opérationnels	(0,9)	(2,7)
Résultat opérationnel	15,8	18,5
Coût de l'endettement net	(3,9)	(3,1)
Produits financiers	0,9	0,9
Charges financières	(1,2)	(2,3)
Résultat financier	(4,2)	(4,5)
Quote-part du résultat des sociétés mises en équivalence	-	-
Résultat avant impôt	11,6	14,0
Impôt sur le résultat	(5,4)	(5,9)
Résultat net	6,2	8,1
<u>Attribuable aux :</u>		
• Actionnaires de la société mère	6,2	8,0
• Participations ne donnant pas le contrôle	-	0,1

Bilan consolidé

En millions d'euros	Au	
	31-déc-2017	30-juin-2018
ACTIF		
Goodwill	321,2	367,6
Autres immobilisations incorporelles	250,5	267,3
Immobilisations corporelles	146,7	146,6
Participations dans les sociétés mises en équivalence	-	-
Autres actifs financiers non courants	17,0	15,7
Impôts différés actifs	2,7	3,7
Instruments financiers dérivés	-	1,7
Autres actifs non courants	7,6	7,1
ACTIFS NON COURANTS	745,7	809,6
Stocks	159,7	197,6
Créances clients et autres créances	80,5	67,2
Autres actifs financiers courants	0,0	0,0
Actifs d'impôt exigible	12,0	11,7
Trésorerie et équivalents de trésorerie	100,1	39,1
ACTIFS COURANTS	352,4	315,6
TOTAL ACTIF	1 098,1	1 125,2
PASSIF		
TOTAL CAPITAUX PROPRES	525,0	530,4
Emprunts	51,5	51,7
Emprunt obligataire convertible	173,6	176,0
Impôts différés passifs	37,1	50,5
Avantages postérieurs à l'emploi	7,7	8,4
Provisions	13,7	14,2
Instruments financiers dérivés	19,2	-
Autres passifs non courants	12,0	38,9
Passifs non courants	314,8	339,7
Emprunts courants	0,5	24,6
Dettes fournisseurs et autres dettes	238,1	214,4
Provisions	0,2	0,1
Passifs d'impôt exigible	0,6	1,3
Instruments financiers dérivés	18,8	14,8
Passifs courants	258,3	255,1
TOTAL PASSIF	573,0	594,8
TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES	1 098,1	1 125,2

Tableau des flux de trésorerie consolidé

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin	
	2017	2018
Résultat avant impôt	11,6	14,0
Ajustements relatifs aux :		
• Dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations	15,7	18,8
• Plus ou moins-values de cessions	0,6	0,7
• Variation de la juste valeur des instruments financiers dérivés	2,4	0,8
• Paiements fondés sur des actions	0,7	1,3
• Coût de l'endettement financier net	3,9	3,1
Variation du besoin en fonds de roulement liée à l'activité :		
• Augmentation / Diminution des stocks	11,4	(28,5)
• Augmentation / Diminution des créances clients et autres créances	(3,0)	15,4
• Augmentation / Diminution des dettes fournisseurs et autres dettes	(11,8)	(31,1)
Impôts versés	(3,6)	(3,2)
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles^(a)	27,7	(8,7)
Acquisitions d'actifs non courants :		
• Immobilisations corporelles	(20,5)	(14,8)
• Immobilisations incorporelles	(3,5)	(3,2)
• Acquisition de filiales (nettes de la trésorerie acquise)	-	(36,3)
• Autres actifs non courants	1,8	2,1
Variation des dettes sur immobilisations	(5,2)	(1,1)
Produits des cessions d'actifs non courants	0,2	0,0
Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement^(b)	(27,2)	(53,3)
Produits de la souscription d'emprunts	-	20,1
Remboursement d'emprunts	(10,7)	(0,8)
Acquisitions (nettes) d'actions propres	(0,3)	(1,1)
Dividendes versés	-	(19,9)
Intérêts payés	(3,9)	(0,7)
Flux nets de trésorerie liés aux activités de financement^(c)	(14,9)	(2,4)
Variation nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie^{(a)+(b)+(c)}	(14,4)	(64,4)
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture	59,7	100,1
Variation nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie	(14,4)	(64,4)
Gains / pertes de change	(0,0)	0,3
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	45,3	36,0

Évolution du réseau de magasins Maisons du Monde⁷

En unités	Période close le			
	31-déc-17	31-mar-18	30-juin-18	30-juin-18
France	212	213	216	216
Italie	42	42	42	42
Belgique	22	21	21	21
Espagne	20	20	20	20
Luxembourg	2	2	3	3
Allemagne	9	9	9	9
Suisse	6	6	6	6
Royaume-Uni	-	-	3	3
Nombre de magasins	313	313	320	320
Ouvertures nettes	-	-	+7	+7

⁷ Excluant Modani.

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, sur les sites Internet et via les activités BtoB du Groupe. Elles excluent principalement (i) la participation des clients aux frais de livraison, (ii) le chiffre d'affaires relatif aux prestations de services logistiques fournies à des tiers et (iii) les revenus de franchise. 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, et de ses marges d'EBITDA et 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 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.
- **Marge brute** : La marge brute est définie comme les ventes diminuées du coût des biens vendus. Elle s'exprime également sous forme de pourcentage des ventes.
- **EBITDA** : L'EBITDA est défini comme étant le résultat opérationnel courant, après exclusion (i) des dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations, (ii) de la variation de la juste valeur des instruments financiers dérivés, et (iii) des charges encourues avant l'ouverture des nouveaux magasins. L'EBITDA semestriel est défini de la même façon que l'EBITDA annuel, si ce n'est qu'il exclut également, pro rata temporis sur la période, (i) les dépenses annuelles liées aux catalogues et (ii) l'impact en année pleine d'IFRIC 21 sur la comptabilisation de certaines taxes, qui ont été intégralement enregistrés au premier semestre.
- **EBIT** : L'EBIT est défini comme l'EBITDA après prise en compte des dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations.
- **Endettement net** : L'endettement net correspond au total de l'emprunt obligataire convertible ("OCEANE"), de la ligne de crédit à long terme, des facilités de crédit renouvelables, des dettes de location-financement, des dépôts et des découverts bancaires, moins la trésorerie et équivalents de trésorerie
- **Levier financier** : Le levier financier est calculé en divisant l'endettement net par l'EBITDA des douze derniers mois (incluant Modani sur une base pro forma pour la période, hors dettes relatives à l'*earn-out* et à l'option de vente).



Calendrier financier 2018⁸

7 novembre 2018 Ventes du T3 2018 (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 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 2017, les ventes du Groupe ont atteint 1 011 millions d'euros et son EBITDA était de 139 millions d'euros. Le Groupe exploitait 313 magasins dans sept pays – France, Italie, Espagne, Belgique, Allemagne, Suisse, et Luxembourg – et a généré 38% de ses ventes hors de France. 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 35% de 2010 à 2017. 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 21% des ventes du Groupe en 2017.

www.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

⁸ Calendrier indicatif.