

## MAISONS DU MONDE : RÉSULTATS ANNUELS 2021

**Solide surperformance : résultats supérieurs aux objectifs, illustrant la force de la marque et du modèle omnicanal de Maisons du Monde**  
**Dividende proposé record de 55 centimes d'euros par action**

- **Ventes annuelles solides à 1 307 millions d'euros, en hausse de 15,1 % par rapport à l'année précédente (+13,4 % APC<sup>1</sup>), +10,7% vs 2019**  
**Ventes en ligne : 435 millions d'euros, 33 % du total des ventes, +13,1 % vs 2020**
- **EBIT record à 124 millions d'euros ; marge de 9,5%, en haut de la fourchette des objectifs mis à jour**
- **Bénéfice par action de 1,72 euro (BPA hors cession de Modani de 1,52 euro)**
- **90 millions d'euros de flux de trésorerie disponible (contre 53 millions d'euros en 2020)**
- **Proposition d'un dividende record de 55 centimes d'euros par action (ratio de distribution de 36 % sur la base du BPA hors cession de Modani).**
- **Perspectives 2022 :**
  - **Croissance des ventes positive, à préciser lorsque la visibilité sera meilleure**
  - **Marge d'EBIT autour de 9 %**
  - **Flux de trésorerie disponible entre 65 et 75 millions d'euros**
- **Objectifs 2025 confirmés**

NANTES – 10 mars 2022, 07h00 CET – [Maisons du Monde](#) (Euronext Paris: MDM; ISIN: FR0013153541), le leader européen de collections originales et accessibles d'articles de décoration et de mobilier pour la maison, annonce aujourd'hui ses résultats consolidés et non-audités<sup>2</sup> pour l'année se terminant au 31 décembre 2021.

Julie Walbaum, Directrice Générale, a déclaré : *“2021 a été une excellente année pour Maisons du Monde. Malgré un environnement complexe, nos résultats financiers ont été en haut de fourchette de nos prévisions en termes de ventes, de rentabilité et de génération de trésorerie, ce qui nous permet de proposer à nos actionnaires un dividende record de 55 centimes d'euros par action. Grâce à nos équipes, nous avons renforcé le rayonnement de notre marque, tout en étendant notre base de clients et en développant leur fidélité. Notre modèle omnicanal a également réalisé des avancées majeures, avec la poursuite de la montée en puissance de notre marketplace et le recentrage de nos activités sur l'Europe, qui représente selon nous le meilleur potentiel de retour sur investissement dans les prochaines années.*

*La pandémie est toujours là et l'année 2022 a débuté avec une pression persistante sur la chaîne d'approvisionnement mondiale et des incertitudes macroéconomiques croissantes. Cependant, grâce à sa proposition unique, Maisons du Monde reste bien positionné pour poursuivre sa feuille de route. Dans le contexte actuel, nous prévoyons que la croissance de nos ventes pour l'ensemble de l'année 2022 sera positive, que notre marge d'EBIT se situera autour de 9 % et que notre génération de flux de trésorerie disponible atteindra 65 millions à 75 millions d'euros.*

*Grâce à notre positionnement inspirant mais aussi abordable, avec un engagement croissant en faveur de la RSE, et grâce à notre modèle opérationnel distinctif et agile, je suis confiante que nous franchirons en 2022 de nouvelles étapes clés vers notre ambition moyen terme d'être la marque Home & Living la plus désirable et durable d'Europe et de générer une création de valeur durable pour l'ensemble de nos parties prenantes.”*

**Chiffres clés annuels**  
(En millions d'euros)

	2021	2020 (pro forma)	% variation
<b>Ventes</b>	<b>1 306,8</b>	<b>1 135,2</b>	<b>+15,1 %</b>
Ventes à périmètre comparable	1 254,5	1 106,2	+13,4 %
<b>EBIT</b>	<b>123,8</b>	<b>89,2</b>	<b>+38,7 %</b>

En % des ventes	9,5 %	7,9 %	
<b>Résultat net</b>	<b>79,1</b>	<b>(16,1)</b>	nc
Résultat net de base par action (en €)	1,72	0,03	+1,69
Résultat net récurrent par action (en €)	1,62	0,09	+1,53
<b>Flux de trésorerie disponible</b>	<b>89,8</b>	<b>53,0</b>	+69,6 %
<b>Endettement net</b>	<b>61,1</b>	<b>96,4</b>	-36,6 %
Ratio de levier financier <sup>3</sup>	0,36x	0,73x	

## Performance opérationnelle

### Faits marquants 2021

Maisons du Monde a été performant sur chacun des trois piliers de sa stratégie :

- Une « *love brand* » qui parle aux consommateurs : la notoriété de la marque a continué de croître, Maisons du Monde faisant désormais partie du top 5 des marques spontanément mentionnées par les clients sur 3 de ses 4 plus grands marchés. La base de clients actifs a atteint 7,5 millions à fin 2021, soit une croissance de 22 % par rapport à l'année précédente, et le nombre de nouveaux clients a augmenté de 30 % par rapport à 2020. Pour la 5<sup>ème</sup> année consécutive, les clients français ont classé Maisons du Monde comme leur 2<sup>ème</sup> marque préférée dans le secteur de la maison et l'habitat (Source : OC&C).
- Un « *business model* » différenciant :
  - o Grâce à la force de son approche omnicanale, la part du numérique a atteint plus de 53 % des ventes totales, dont 33 % en ligne et 20 % de *click-in-store*.
  - o Avec 18 ouvertures de magasins hors de France, Maisons du Monde a poursuivi l'expansion de son modèle paneuropéen.
  - o Sur le plan du développement durable, Maisons du Monde a également intégré le Top 10 des marques préférées des clients en termes de responsabilité sociétale et environnementale, tous secteurs confondus (Source : OC&C).
- Un modèle financier résilient, comme le démontrent les résultats détaillés ci-dessous.

### Ventes annuelles solides à 1 307 millions d'euros

Les ventes de Maisons du Monde pour l'ensemble de l'année 2021, qui s'élèvent à 1 306,8 millions d'euros, ont augmenté de 15,1 % par rapport à 2020 (+13,4 % à périmètre comparable) grâce à des ventes en magasin et en ligne exceptionnelles au premier semestre (+29 % et +45 %, respectivement). Par rapport à 2019, les ventes totales du Groupe en 2021 ont augmenté de 11% (+6.0 % à périmètre comparable).

Résumé des ventes (En millions d'euros)	T4 21	T4 20 (pro forma)	% variation	S2 21	S2 20 (pro forma)	% variation	2021	2020 (pro forma)	% variation
<b>Ventes</b>	<b>369,0</b>	<b>357,0</b>	+3,3 %	<b>672,4</b>	<b>666,7</b>	+0,9 %	<b>1 306,8</b>	<b>1 135,2</b>	+15,1 %
Ventes à périmètre comparable	348,1	345,1	+0,9 %	638,0	647,1	-1,4 %	1 254,6	1 106,2	+13,4 %
<b>Ventes par catégorie de produits</b>									
Décoration	255,7	232,0	+10,2 %	434,3	411,3	+5,6 %	766,2	648,1	+18,2 %
En % des ventes	69,3 %	65,0 %		64,6 %	61,7 %		58,6 %	57,1 %	
Meubles	113,3	125,0	-9,4 %	238,1	255,3	-6,8 %	540,6	487,1	+11,0 %
En % des ventes	30,7 %	35,0 %		35,4 %	38,3 %		41,4 %	42,9 %	
<b>Ventes par canal de distribution</b>									
Réseau de magasins	286,7	244,7	+17,2 %	502,6	465,4	+8,0 %	871,3	750,3	+16,1 %
En % des ventes	77,7 %	68,5 %		74,7 %	69,8 %		66,7 %	66,1 %	
Ventes en ligne	82,3	112,4	-26,8 %	169,8	201,3	-15,6 %	435,5	384,9	+13,1 %
En % des ventes	22,3 %	31,5 %		25,3 %	30,2 %		33,3 %	33,9 %	

<b>Ventes par zone géographique</b>									
France	205,5	206,0	-0,2 %	369,7	375,8	-1,6 %	701,8	627,9	+11,8 %
En % des ventes	55,7 %	57,7 %		55,0 %	56,4 %		53,7 %	55,3 %	
International	163,5	151,0	+8,2 %	302,7	290,9	+4,1 %	604,9	507,3	+19,2 %
En % des ventes	44,3 %	42,3 %		45,0 %	43,6 %		46,3 %	44,7 %	

Au second semestre 2021, les ventes ont été stables par rapport à l'année précédente à 672 millions d'euros (+0,9 % ; -1,4 % à périmètre comparable) et en hausse de 5,6 % par rapport au S2 2019 (+1,2 % à périmètre comparable). Au cours de cette période, les ventes en magasin ont augmenté de 8 % à 503 millions d'euros, bénéficiant d'une base comparable favorable au 4<sup>ème</sup> trimestre en raison de la fermeture des magasins français en novembre 2020. Les ventes en ligne, en revanche, ont baissé de 15,6 % à 170 millions d'euros et ont représenté 25 % du total des ventes du 2<sup>ème</sup> semestre 2021, en raison d'une base de comparaison exceptionnellement élevée.

Les ventes du quatrième trimestre 2021 se sont élevées à 369 millions d'euros (+3,3 % par rapport à l'année précédente ; +0,9 % à périmètre comparable). Les ventes en magasin ont connu une solide hausse de 17 %, grâce à la base de comparaison favorable mentionnée ci-dessus et à un trafic dynamique pendant la période des fêtes de Noël. Les ventes en ligne ont baissé de 27 %, toujours en raison d'une base de comparaison exceptionnellement élevée (les ventes en ligne du T4 21 ont augmenté de 4 % par rapport au T4 19).

### Ventes par catégorie de produits

**Les ventes de décoration** ont progressé de 18,2 %, à 766,2 millions d'euros. La demande a été forte dans cette catégorie et Maisons du Monde a enregistré de bons résultats grâce à la gestion rigoureuse et agile des approvisionnements tout au long de l'année, ce qui a entre autres permis d'assurer la période des fêtes de Noël.

**Les ventes de meubles** ont atteint 540,6 millions, en hausse de 11,0 %. Les collections ont bien tiré leur épingle du jeu, comme l'illustre le succès des produits en stock, notamment « *outdoor* ». La catégorie a été pénalisée au second semestre par une disponibilité limitée et des délais de livraison plus longs. Dans l'ensemble, en dépit d'importantes perturbations du fret et de la pression générale sur la chaîne d'approvisionnement, les niveaux de stocks en fin d'exercice se sont améliorés par rapport à la fin de l'année 2020. Ils demeurent toutefois sous-optimaux.

### Ventes par canal de distribution

**Les ventes en ligne**, représentant un tiers des ventes annuelles totales, ont augmenté de 13 % par rapport à l'année précédente pour atteindre 435,5 millions d'euros, tandis que la part des nouveaux clients en ligne a augmenté de 30 %. Le nombre de commandes en ligne a augmenté de 19 % en 2021, avec des dynamiques distinctes pour chaque semestre sur des bases de comparaison très différentes, à savoir +61 % par rapport au S1 20 ; -42 % par rapport au S2 20. L'activité annuelle en ligne a bénéficié de la gratuité de la livraison *click & collect* en magasin, de l'introduction de points de retrait pour les articles volumineux ainsi que de la livraison express (24-48 heures).

La GMV de la *marketplace* s'élève à 61 millions d'euros sur l'année, soit ~24 % de la GMV totale en ligne en France. La GMV de décembre 2021 est en hausse de 42 % par rapport à décembre 2020, premier mois complet d'activité de la *marketplace*. Au 31 décembre 2021, plus de 760 marques étaient proposées, avec une offre d'environ 95 000 références. Le taux de satisfaction client reste toujours élevé, à 4 sur 5.

**Les ventes en magasin** ont augmenté de 16 % par rapport à l'année précédente pour atteindre 871,3 millions d'euros. Le réseau européen a été fermé en moyenne pendant 15 % du temps au cours de l'année (contre 25 % en 2020) en raison des fermetures liées au Covid-19. Les ventes en magasin du second semestre 2021 (+8 % par rapport à l'année précédente) ont bénéficié du fait que les magasins étaient ouverts en novembre, contrairement à 2020. Les ventes en magasin en France de 2021 (56 % des ventes totales en magasin) ont atteint 490 millions d'euros (+10 % par rapport à l'année précédente), tandis que le reste du réseau européen a contribué à hauteur de 382 millions d'euros (+25 % par rapport à l'année précédente).

Au 31 décembre 2021, Maisons du Monde compte 357 magasins, contre 352 au 31 décembre 2020, avec une

surface commerciale moyenne par magasin de 1 213 m<sup>2</sup>. L'année 2021 a été marquée par l'ouverture du premier magasin en Autriche et la montée en puissance du Portugal, avec 2 ouvertures de magasins au 4<sup>ème</sup> trimestre. Le Groupe a ouvert 8 nouveaux magasins au 4<sup>ème</sup> trimestre : 2 en Italie, 2 au Portugal et 2 en Espagne, 1 en Belgique et 1 en Suisse. Au cours de la même période, le Groupe a fermé un magasin en France. La surface commerciale totale du réseau de magasins de 433 000 m<sup>2</sup> a augmenté de 12 400 m<sup>2</sup> par rapport au 31 décembre 2020.

### Ventes par zone géographique

Les ventes en **France** ont atteint 701,8 millions d'euros, en progression de 11,8 % par rapport à 2020. La croissance a été dynamisée par une accélération de l'activité en ligne, sous l'effet du développement rapide de la *marketplace* et d'un taux d'ouverture des magasins plus élevé qu'en 2020 (84 % en 2021 contre 76 % en 2020).

**Les ventes internationales** ont totalisé 604,9 millions d'euros, en hausse de 19,2 %, soit 46 % des ventes totales. L'activité a été particulièrement soutenue en Espagne et en Italie en 2021, avec des taux de croissance de près de 25 % par rapport à l'année précédente. Les magasins hors de France ont été ouverts 85 % du temps contre 78 % en 2020, ce qui a également contribué à la hausse des ventes.

### Evénements clés de 2021

#### Désengagement de Modani

Le Groupe a réduit sa participation dans Modani de 70% à 15% le 10 novembre 2021. Cette opération fait suite à la finalisation de la revue stratégique annoncée en mars 2021 et s'inscrit dans la nouvelle stratégie d'allocation du capital de Maisons du Monde. Elle permet 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 ses parties prenantes.

#### Programme de rachat d'actions « ESG Impact »

Le Groupe a lancé un programme de rachat d'actions ESG de 50 millions d'euros, se déroulant du 27 octobre 2021 au 27 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 Fondation Maisons du Monde qui œuvre en faveur des arbres et des forêts et à une autre association dédiée à la promotion de l'égalité des chances pour tous. Au 31 décembre 2021, le Groupe avait racheté pour 21 millions d'euros de ses actions. 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 à satisfaire les obligations de Maisons du Monde découlant de ses plans d'attribution d'actions gratuites.

#### Engagements RSE

Les réussites de Maisons du Monde en matière de RSE en 2021 incluent :

- Augmentation de l'offre de produits durables
  - Offre de bois durable (certifié, tracé ou recyclé) : +31% par rapport à l'année précédente
  - Offre de textiles durables (certifiés ou recyclés) : +36% par rapport à l'année précédente
- Optimisation de la consommation énergétique
  - Certification ISO 50001 de tous les magasins en France
  - 97 % des magasins alimentés par de l'électricité renouvelable
- Des avancées significatives en matière de réduction des déchets et de logistique verte grâce au centre de réparation MDM
  - Déploiement du centre de réparation MDM : produits réparés ou reconditionnés +85 % par

- rapport à l'année précédente
- Membre de l'initiative FRET 21 visant à réduire les émissions de GHG des activités de fret du scope 3
- Signature de la charte de logistique responsable du e-commerce de la FEVAD (Fédération du e-commerce et de la vente à distance)
- Initiatives majeures pour la diversité et l'inclusion
  - Signature de la charte de la diversité (Entreprises pour la Cité)
  - Lancement d'un programme de mentorat (Dema1n.org) pour accompagner dans leur insertion professionnelle les jeunes de milieux sociaux défavorisés

Pour rappel, Maisons du Monde se situe dans le premier quartile des principaux indices :

- MSCI : rang A
- Sustainalytics : 10.5 (risqué faible)
- Vigeo Eiris : top 5 du classement global
- Index de féminisation du SBF 120 : top 5

En outre, conformément à son ambition de créer de la valeur pour toutes ses parties prenantes et à l'aune des excellents résultats de 2021, Maisons du Monde a décidé d'accorder une prime exceptionnelle de 500 euros à tous ses salariés du Groupe, afin de récompenser leur engagement et de soutenir leur pouvoir d'achat dans le contexte inflationniste actuel.

## Performance financière

### **EBIT record de 124 millions d'euros avec une marge de 9,5 % (contre 7,9 % en 2020)**

La marge brute a augmenté de 15% et s'est élevée à 867 millions d'euros (66,5 % en pourcentage des ventes, un niveau stable par rapport à 2020). Cette progression s'explique par :

- une augmentation du volume des ventes
- une bonne gestion des fournisseurs et des contrats de fret dans un contexte de forte inflation - qui perdurera en 2022
- un faible niveau de promotions.

Ces éléments ont en grande partie compensé :

- la hausse des coûts d'exploitation des magasins et des coûts centraux (en hausse de 19 % par rapport à l'année précédente, reflétant 21 ouvertures brutes de magasins contre 8 en 2020)
- l'absence de subventions étatiques liées au Covid en 2020.
- des coûts de publicité qui ont augmenté de 46% pour soutenir le développement de la notoriété de la marque et la montée en puissance de la *marketplace*.

La baisse des coûts logistiques (-2,7 %) provient de l'amélioration de la gestion des transports et de l'absence de coûts exceptionnels liés au Covid en 2020.

<b>Marge brute, EBITDA, EBIT</b> <i>(En millions d'euros)</i>	<b>2021</b>	<b>2020</b> <i>(pro forma)</i>	<b>% variation</b>
<b>Ventes</b>	<b>1 306,8</b>	<b>1 135,2</b>	<b>+15,1 %</b>
Coût des ventes <sup>4</sup>	(438,2)	(379,7)	+15,4 %
<b>Marge brute</b>	<b>868,5</b>	<b>755,5</b>	<b>+15,0 %</b>
<i>En % des ventes</i>	66,5 %	66,5 %	nc
Frais de fonctionnement et coûts centraux des magasins	(354,4)	(298,0)	+18,9 %

Frais de marketing	(64,9)	(44,6)	+45,6 %
Frais de logistiques	(170,0)	(174,6)	+19,2 %
<b>Charges d'exploitation</b>	<b>(589,4)</b>	<b>(517,2)</b>	+14,0 %
<b>EBITDA</b>	<b>279,2</b>	<b>238,3</b>	+17,2 %
<i>En % des ventes</i>	21,4 %	21,0 %	+38 bps
Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations	(155,4)	(149,0)	+4,3 %
<b>EBIT</b>	<b>123,8</b>	<b>89,3</b>	+38,6 %
<i>En % des ventes</i>	9,5 %	7,9 %	+161 bps

En conséquence, l'EBITDA a augmenté de 17 % pour atteindre 279 millions d'euros (marge d'EBITDA : 21,4 % +38 points de base par rapport à 2020), tandis que l'EBIT 2021 a atteint un niveau record de 124 millions d'euros (contre 89 millions d'euros en 2020), avec une marge associée de 9,5 % (+161 points de base).

Les autres charges d'exploitation nettes sont principalement liées aux coûts de fermeture de magasins.

Les charges financières nettes ont diminué à 19 millions d'euros par rapport à l'année précédente. 2020 a été impacté par les charges d'intérêts, du fait du recours aux facilités de crédit renouvelables du groupe de 150 millions d'euros.

L'impôt sur le revenu a diminué à 26 millions d'euros, car celui de 2020 comprenait une provision liée à un risque fiscal international, tandis que 2021 a bénéficié d'une reprise partielle de cette provision. Le taux effectif d'impôt est de 28 %.

**Le résultat net** des activités poursuivies s'est élevé à 68 millions d'euros, en hausse de 58 % par rapport à l'année précédente. En incluant le résultat net des activités abandonnées, le résultat net total s'est élevé à 79 millions d'euros, avec un bénéfice par action ("BPA") associé publié de 1,72 euro (contre 0,03 euro en 2020), un record absolu. Le BPA excluant le produit de la vente de Modani, s'est élevé à 1,52 euro, en hausse de 58% par rapport à 2020, et de 15% par rapport à 2019.

### Forte génération de flux de trésorerie disponible à 90 millions d'euros

Le flux de trésorerie disponible s'est établi à 90 millions d'euros, contre 53 millions d'euros en 2020. Cette augmentation est principalement le résultat de l'amélioration de l'EBITDA. Le besoin en fonds de roulement a baissé de 8 millions d'euros en raison de la hausse des niveaux de stocks et des dettes commerciales, légèrement compensée par la baisse des créances. Les dépenses d'investissement (« Capex ») ont augmenté de 5 millions d'euros en raison de la hausse des investissements dans le développement des magasins, tandis que le ratio dépenses d'investissement/ventes nettes s'est établi à 3.9 %.

<i>(En millions d'euros)</i>	<b>31 déc. 2021</b>	<b>31 déc. 2020</b> <i>(pro forma)</i>
<b>EBITDA</b>	<b>279,2</b>	<b>238,3</b>
Variation du besoin en fonds de roulement liée à l'activité	9,8	17,3
Variation des autres éléments opérationnels	(37,9)	(40,7)
<b>Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles</b>	<b>251,1</b>	<b>214,9</b>
Immobilisations corporelles et incorporelles	(51,5)	(46,4)
Variation des dettes sur immobilisations	2,4	(4,6)
Produits des cessions d'actifs non courants	1,2	0,8
Diminution des dettes de location	(102,1)	(99,0)
Intérêts liés à la dette de location	(11,3)	(12,6)
<b>Flux de trésorerie disponible</b>	<b>89,8</b>	<b>53,0</b>



## Dettes financières nettes

### Endettement net & ratio de levier financier

(En millions d'euros)

	31 déc. 2021	31 déc. 2020
<b>Calcul de l'endettement net</b>		
Emprunt obligataire convertible (OCEANE)	191,0	186,5
Ligne de crédit à long terme	-	49,9
Facilités de crédit renouvelables (RCFs)	(0,1)	(0,2)
Prêt Garanti par l'Etat (PGE)	-	150,3
Autres emprunts <sup>5</sup>	30,8	2,1
<b>Endettement brut</b>	<b>221,7</b>	<b>388,6</b>
Dettes de location	594,2	620,1
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie</b>	<b>(163,2)</b>	<b>(296,7)</b>
<b>Endettement net (IFRS 16)</b>	<b>652,6</b>	<b>711,9</b>
Moins : Dettes de location ( <i>montant IFRS 16</i> )	(594,2)	(620,1)
Plus : Dettes de location ( <i>crédit-bail</i> )	2,7	4,6
<b>Endettement net</b>	<b>61,1</b>	<b>96,4</b>
EBITDA DDM (Douze derniers mois)	169,0	132,1
<b>Ratio de levier financier<sup>3</sup></b>	<b>0,36x</b>	<b>0,73x</b>

Grâce à sa forte trésorerie, le Groupe a remboursé en 2021 le prêt à terme de 50 millions d'euros associé à sa facilité de crédit renouvelable ainsi que le prêt de 150 millions d'euros garanti par l'État français.

La position d'endettement brut du Groupe (hors contrats de location-financement) au 31 décembre 2021 était de 222 millions d'euros, contre 389 millions d'euros à la fin de 2020. En tenant compte de sa position de trésorerie et d'équivalents de trésorerie de 163 millions d'euros, la position d'endettement net de Maisons du Monde au 31 décembre 2021 était de 61 millions d'euros (levier de 0,36x, en baisse par rapport à 0,73x au 31 décembre 2020).

### Dividende

L'assemblée générale annuelle des actionnaires est prévue le 31 mai 2022, date à laquelle il sera demandé aux actionnaires d'approuver le dividende d'un montant de 55 centimes d'euros par action, soit une augmentation de 80 % par rapport à 2020 se traduisant par un ratio de distribution de 36 % du BPA hors cession de Modani. S'il est approuvé, le dividende sera détaché de l'action le 8 juin 2022, et sera payable le 10 juin 2022.

### Priorités commerciales 2022

Pour 2022, le Groupe entend renforcer sa marque et continuer à améliorer l'expérience client de manière transversale. Les catégories Home Office et Outdoor ont été enrichies pour répondre à la demande croissante des clients. De nouvelles collections capsules seront lancées, et la part de notre offre durable continuera d'augmenter, sous le label "Good is Beautiful", lancé en février.

Le réapprovisionnement des stocks, dans un environnement de fret toujours complexe, reste une priorité absolue, de même que l'ouverture du centre de distribution du Nord de la France. Le Groupe travaille également à augmenter le ratio de traçabilité de ses produits ainsi qu'à améliorer la gouvernance vis-à-vis de ses fournisseurs.

La *marketplace* sera déployée dans l'ensemble des magasins français ainsi que dans un nouveau pays dans le courant de l'année. Poursuivant son programme de développement international, le Groupe ouvrira 5 à 10 nouveaux magasins hors de France, tout en continuant de rationaliser son réseau de magasins français, en fermant entre 0 et 5 magasins et en maintenant la surface commerciale au même niveau.

## Perspectives 2022

Dans un environnement qui reste complexe et volatil, l'année 2022 a commencé avec une pression persistante sur la chaîne d'approvisionnement mondiale et une consommation molle, en partie due au contexte inflationniste global. Comme prévu, le Groupe connaît un début d'année lent, tandis que le second semestre bénéficiera d'un réapprovisionnement progressif des stocks pour soutenir l'accélération de la croissance du chiffre d'affaires. Plus récemment, des incertitudes géopolitiques importantes sont apparues, avec un impact qui reste à déterminer sur la demande et l'offre, ce qui entrave la visibilité pour les prochains mois. Dans ce contexte, les objectifs du Groupe pour 2022 sont les suivants :

- Croissance des ventes positive, à ajuster lorsque la visibilité sera meilleure
- Marge d'EBIT autour de 9 %.
- Flux de trésorerie disponible entre 65 et 75 millions d'euros
- Réduction de l'intensité carbone globale du groupe : neutralité carbone pour les scopes 1 et 2
- Ratio de distribution du dividende compris entre 30 et 40 %.

Le Groupe confirme également les objectifs 2025 dévoilés en novembre dernier :

- Ventes comprises entre 1,8 et 1,9 milliard d'euros
- Une marge d'EBIT à environ 11 %
- Un flux de trésorerie disponible cumulé de plus de 350 millions d'euros au cours de la période 2022-2025.
- Une augmentation de l'offre de produits durables du Groupe pour atteindre 40 % des produits Maisons du Monde dans notre sélection "Good is Beautiful" d'ici 2025 (20 % de produits durables en 2020)

## Gouvernance

Maisons du Monde annonce que Alexandra Palt, Directrice générale de la Responsabilité sociétale et environnementale du groupe L'Oréal et de la Fondation l'Oréal, sera proposée au vote des actionnaires pour rejoindre le Conseil d'Administration, en qualité d'administratrice indépendante.

Ainsi, sous réserve de l'approbation par l'Assemblée Générale réunie le 31 mai prochain, le Conseil d'Administration de Maisons du Monde sera composé à cette date de 8 administrateurs :

- qui seront tous indépendants au sens du Code Afep-MEDEF, à l'exception de la Directrice Générale Julie Walbaum, et de l'administrateur représentant les salariés,
- qui respecteront les règles d'égalité hommes-femmes, ces dernières représentant 57 % des membres du Conseil,
- qui incluront 25 % d'administrateurs de nationalité étrangère.

### *Biographie :*

*Alexandra Palt est juriste de formation et spécialiste des droits de l'homme. Après avoir collaboré avec Amnesty International, puis été directrice de la promotion de l'égalité à la Haute Autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité (HALDE), elle a travaillé durant dix ans au sein d'organismes spécialisés dans la RSE et la diversité. En 2012, elle rejoint L'Oréal, où elle lance le premier programme de développement durable du Groupe. Devenue Directrice générale de la Responsabilité sociétale et environnementale et de la Fondation L'Oréal, elle intègre en 2019 le Comité exécutif. En juin 2020, le Groupe lance sa deuxième stratégie de développement durable, L'Oréal pour le Futur, avec une série d'objectifs ambitieux à horizon 2030.*



\*\*\*

**Conférence téléphonique pour les investisseurs et analystes**

Date : 10 mars 2022 à 09h00 CET

Intervenants : Julie Walbaum, CEO et Régis Massuyeau, CFO

Détails de connexion :

- Webdiffusion: <https://edge.media-server.com/mmc/p/r8rbowwz>
- Conférence téléphonique :
  - o France : +33 (0)1 70 70 07 81
  - o UK : +44 (0) 2071 928338
  - o USA : +1 646 741 3167
  - o Mot de passe : 8798371

\*\*\*

**Calendrier financier**

<b>4 mai 2022</b>	Ventes du T1 2022
<b>31 mai 2022</b>	Assemblée Générale
<b>10 juin 2022</b>	Versement du dividende (proposé)
<b>28 juillet 2022</b>	Résultats du S1 2022
<b>27 octobre 2022</b>	Ventes du T3 2022

\*\*\*



### **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, une marque au positionnement unique et très apprécié dans toute l'Europe, est le leader européen de la maison inspirante et accessible. L'enseigne propose une gamme riche et constamment renouvelée de meubles et d'accessoires de décoration dans une multiplicité de styles. La créativité, l'inspiration et l'engagement sont les piliers de la marque. S'appuyant sur un modèle omnicanal hautement performant et un accès direct aux consommateurs, le Groupe réalise plus de 50 % de son chiffre d'affaires de manière digitale, à travers sa plateforme en ligne et ses ventes numériques en magasin, et exploite 357 magasins dans 9 pays européens. Fin 2020, il a lancé une marketplace sélective pour compléter son offre et devenir le lieu de destination incontournable de la maison inspirante et accessible. En novembre 2021, Maisons du Monde a dévoilé sa raison d'être : « Inspirer à chacun l'envie de s'ouvrir au monde, pour créer ensemble des lieux de vie uniques, chaleureux et durables. »

[corporate.maisonsdumonde.com](https://corporate.maisonsdumonde.com)

\*\*\*

### **Contacts**

#### **Relations Investisseurs**

Clémence Mignot-Dupeyrot

Tel: (+33) 6 20 36 93 58

[cmignot@maisonsdumonde.com](mailto:cmignot@maisonsdumonde.com)

#### **Relations Presse**

Pierre Barbe

Tel: +33 6 23 23 08 51

[pbarbe@maisonsdumonde.com](mailto:pbarbe@maisonsdumonde.com)

États financiers consolidés

Compte de résultat consolidé (En millions d'euros)	2021	2020 (pro forma)	Passage à IFRS 5	2020 (publié)
<b>Ventes</b>	<b>1 306,8</b>	<b>1 135,2</b>	(46,9)	<b>1 182,1</b>
Autres produits de l'activité	46,9	42,6	(2,5)	45,0
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>1 353,7</b>	<b>1 177,8</b>	(49,4)	<b>1 227,1</b>
Coût des ventes <sup>4</sup>	(438,3)	(379,7)	24,0	(403,7)
<b>Marge brute<sup>6</sup></b>	<b>868,5</b>	<b>755,5</b>	(23,1)	<b>778,5</b>
En % des ventes	66,5 %	66,5 %		65,9%
Charges de personnel	(252,1)	(222,6)	6,1	(228,7)
Charges externes	(381,0)	(334,6)	16,7	(351,3)
Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations	(155,4)	(149,0)	5,4	(154,4)
Juste valeur des instruments financiers dérivés	(8,0)	5,2	-	5,2
Autres charges/produits d'exploitation	(3,1)	(2,6)	0,7	(3,4)
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>115,7</b>	<b>94,4</b>	3,5	<b>90,9</b>
Autres produits et charges opérationnels	(2,1)	4,6	54,7	(50,1)
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>113,7</b>	<b>99,0</b>	58,3	<b>40,7</b>
Coût de l'endettement net	(6,5)	(7,9)	-	(7,9)
Coût de l'endettement « contrats de location »	(11,5)	(11,7)	1,1	(12,8)
Produits financiers	2,8	2,5	-	2,5
Charges financières	(4,2)	(5,1)	-	(5,1)
<b>Résultat financier</b>	<b>(19,4)</b>	<b>(22,2)</b>	1,1	<b>(23,3)</b>
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>94,2</b>	<b>76,8</b>	59,4	<b>17,4</b>
Impôt sur le résultat	(26,1)	(33,8)	(0,2)	(33,6)
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>68,1</b>	<b>43,1</b>	43,1	-
Résultat net des activités non poursuivies	11,0	(59,2)	(59,2)	-
<b>Résultat net</b>	<b>79,1</b>	<b>(16,1)</b>		<b>(16,1)</b>
Attribuable aux :				
• Actionnaires de la société mère	77,4	1,5	-	1,5
• Participations ne donnant pas le contrôle	1,7	(17,6)	-	(17,6)
<b>Résultat de base par action (en EUR)</b>	<b>1,72</b>	<b>0,3</b>	-	<b>0,3</b>
Attribuable aux :				
• activités poursuivies	1,52	0,96	-	0,96
• activités non poursuivies	0,21	(0,93)	-	(0,93)

**Bilan consolidé**
*(En millions d'euros)*

	<b>31 déc. 2021</b>	<b>31 déc. 2020</b> <i>(pro forma<sup>7</sup>)</i>
<b>ACTIF</b>		
Goodwill	327,0	327,0
Autres immobilisations incorporelles	232,7	243,1
Immobilisations corporelles	164,9	162,1
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	601,3	628,6
Autres actifs financiers non courants	17,0	15,8
Impôts différés actifs	8,6	6,3
Instruments financiers dérivés	3,4	-
<b>ACTIFS NON-COURANTS</b>	<b>1 354,9</b>	<b>1 383,0</b>
Stocks	193,8	171,5
Créances clients et autres créances	105,6	107,3
Actifs d'impôt exigible	13,0	9,9
Instruments financiers dérivés	13,1	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie	163,2	296,7
<b>ACTIFS COURANTS</b>	<b>488,8</b>	<b>585,5</b>
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>1 843,6</b>	<b>1 968,5</b>
<b>PASSIFS ET CAPITAUX PROPRES</b>		
<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES</b>	<b>652,4</b>	<b>594,7</b>
Emprunts	1,0	1,6
Emprunt obligataire convertible	191,4	186,8
Dettes de location à moyen et long terme	483,6	508,1
Impôts différés passifs	52,3	41,7
Avantages postérieurs à l'emploi	12,5	11,4
Provisions	9,5	7,5
Instruments financiers dérivés	0,2	17,0
Autres passifs non courants	4,2	6,5
<b>PASSIFS NON-COURANTS</b>	<b>754,6</b>	<b>780,7</b>
Emprunts courants	29,3	200,1
Dettes de location à court terme	110,6	111,9
Dettes fournisseurs et autres dettes	290,2	255,3
Provisions	5,7	4,5
Passifs d'impôt exigible	0,9	2,6
Instruments financiers dérivés	-	18,6
<b>PASSIFS COURANTS</b>	<b>436,6</b>	<b>593,1</b>
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>1 191,3</b>	<b>1 373,8</b>
<b>TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES</b>	<b>1 843,6</b>	<b>1 968,5</b>

## Tableau des flux de trésorerie consolidé

(En millions d'euros – IFRS 16)

	31 déc. 2021	31 déc. 2020 <sup>8</sup>
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>105,2</b>	<b>17,4</b>
Ajustements relatifs aux :		
• Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations	157,7	201,4
• Plus ou moins-values de cessions	(3,0)	3,5
• Variation de la juste valeur des instruments financiers dérivés	8,0	(5,2)
• Paiements fondés sur des actions	0,3	2,2
• Coût de l'endettement net	6,5	7,9
• Coûts de la dette de location	12,2	12,9
Variation du besoin en fonds de roulement liée à l'activité :		
• (Augmentation) / Diminution des stocks	(34,1)	38,2
• (Augmentation) / Diminution des créances clients et autres créances	(6,5)	(57,6)
• Augmentation / (Diminution) des dettes fournisseurs et autres dettes	50,6	41,2
Impôts versés	(38,2)	(40,5)
<b>Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles<sup>(a)</sup></b>	<b>258,7</b>	<b>221,3</b>
Acquisitions d'actifs non courants :		
• Immobilisations corporelles	(42,4)	(34,9)
• Immobilisations incorporelles	(9,8)	(12,3)
• Immobilisations financières	(2,0)	-
• Autres actifs non courants	(0,4)	(0,3)
Cession de sociétés consolidées nette de la trésorerie cédée	12,2	-
Variation des dettes sur immobilisations	2,4	(4,6)
Produits des cessions d'actifs non courants	1,2	0,8
<b>Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement<sup>(b)</sup></b>	<b>(38,7)</b>	<b>(51,3)</b>
Produits de la souscription d'emprunts	0,0	300,6
Remboursement d'emprunts	(200,5)	(150,2)
Diminution des dettes de location	(105,0)	(103,3)
Acquisitions (nettes) d'actions propres	(20,4)	0,5
Dividendes payés	(13,5)	0,0
Intérêts payés	(2,2)	(2,9)
Intérêts liés à la dette de location	(12,0)	(12,6)
<b>Flux nets de trésorerie liés aux activités de financement<sup>(c)</sup></b>	<b>(353,5)</b>	<b>32,1</b>
Variation nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie et gains / pertes de change	(0,0)	0,1
<b>Variation nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie<sup>(a)+(b)+(c)</sup></b>	<b>(133,5)</b>	<b>202,2</b>
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture</b>	<b>296,7</b>	<b>94,5</b>
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture</b>	<b>163,2</b>	<b>296,7</b>

Réseau de magasins <sup>9</sup> (En unités)	A la fin de :											
	T4 19	2019	T1 20	T2 20	T3 20	T4 20	2020	T1 21	T2 21	T3 21	T4 21	2021
France	233	233	228	227	227	228	228	223	222	220	219	219
Italie	48	48	48	48	48	49	49	49	49	48	50	50
Espagne	27	27	27	27	27	27	27	26	28	28	30	30
Belgique	24	24	23	23	23	24	24	25	26	26	27	27
Allemagne	11	11	11	10	10	11	11	11	12	12	12	12
Suisse	9	9	9	9	9	9	9	10	10	11	12	12
Luxembourg	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Portugal	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3
Autriche	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	1
<b>Nombre de magasins</b>	<b>356</b>	<b>356</b>	<b>350</b>	<b>348</b>	<b>348</b>	<b>352</b>	<b>352</b>	<b>349</b>	<b>352</b>	<b>350</b>	<b>357</b>	<b>357</b>
<i>Ouvertures nettes</i>	+9	+21	-6	-2	0	+4	-4	-3	+3	-2	+7	+5
<b>Surface ('000 m<sup>2</sup>)</b>	<b>417,2</b>	<b>417,2</b>	<b>415,7</b>	<b>413,6</b>	<b>414,2</b>	<b>420,2</b>	<b>420,2</b>	<b>419,0</b>	<b>424,4</b>	<b>424,5</b>	<b>432,9</b>	<b>432,9</b>
<i>Variation nette</i>	+14,8	+19,2	-1,5	-2,1	+0,6	+6,0	+3,0	-1,2	+5,3	+0,6	+8,0	+12,7

\*\*\*



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 1) la vente d'articles de décoration et de mobilier, 2) réalisées en magasins et 3) sur les sites Internet et via les activités B2B 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
- iii. et, 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 constant, 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 B2B 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.

**Marge commerciale** : la marge commerciale est définie comme la marge brute diminuée des dépenses liées à la logistique et aux entrepôts, aux livraisons aux clients (nets) et aux magasins ainsi qu'à l'emballage.

**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.

**EBITDA DDM** : EBITDA des douze derniers mois

**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 DDM.

**Cash-flow libre** : est défini comme la trésorerie nette provenant des activités opérationnelles moins la somme de : dépenses d'investissement, immobilisations incorporelles et autres actifs non courants, variation des dettes sur immobilisations, produits des cessions d'actifs non courants et diminution des dettes de location.

\*\*\*

## Notes

- 
- <sup>1</sup> *Périmètre comparable : Représente la variation en pourcentage du chiffre d'affaires des magasins de détail, des sites Internet et des activités B2B du Groupe, net des retours de produits entre un exercice (N) et l'exercice précédent comparable (N-1), à l'exclusion des variations du chiffre d'affaires attribuables aux magasins qui ont ouvert ou fermé pendant 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.*
- <sup>2</sup> *Application de la norme IFRS 5 : avec la cession de 55% de la participation de 70% de Maisons du Monde dans Modani en novembre 2021, les comptes consolidés 2021 du Groupe ont été établis en application de la norme IFRS 5 - Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées. Les chiffres de 2020 figurant dans le présent document sont pro forma, ayant été retraités conformément à la norme IFRS 5. L'audit des résultats financiers de l'année 2021 est en cours de finalisation.*
- <sup>3</sup> *Endettement net (moins contrats de location-financement).*
- <sup>4</sup> *Reclassement des dépréciations de stocks du poste « Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations » vers le poste « Coût des ventes » pour 0,8 million d'euros pour l'exercice 2020.*
- <sup>5</sup> *Incluant les autres emprunts, les dépôts & cautionnements et les découverts bancaires.*
- <sup>6</sup> *Marge brute : définie comme les ventes moins le coût des ventes. La marge brute est un indicateur financier non-IFRS et est présentée uniquement à titre indicatif.*
- <sup>7</sup> *Les ajustements IFRS 5 au bilan au 31 décembre 2020 sont limités à : i) le total des capitaux propres déclaré d'un montant de 593,7 millions d'euros augmenté de 1,0 million d'euros à 594,7 millions d'euros, ii) les passifs d'impôt différé déclarés dans le d'un montant de 41,2 millions d'euros a augmenté de 0,5 million d'euros à 41,7 millions d'euros, et iii) les avantages postérieurs à l'emploi publiés d'un montant de 12,9 millions d'euros ont diminué de 1,5 million d'euros à 11,4 millions d'euros.*
- <sup>8</sup> *L'application d'IFRS 5 n'a pas d'impact sur le tableau des flux de trésorerie consolidés 2020.*
- <sup>9</sup> *Excluant les magasins franchisés.*