

VENTES T2 2023 ET RESULTATS S1

**Amélioration séquentielle des ventes au deuxième trimestre**

**Environnement de consommation toujours difficile dans la catégorie Maison & Décoration**

**Plan de relance 3C en bonne voie pour soutenir l'EBIT et la génération de cash**

**Objectifs annuels 2023 inchangés**

**GMV Groupe : S1 à 610,9 M€ (-5,1 % vs S1 22), T2 à 303,8 M€ (-3,5 % vs T2 22)**

- GMV de la marketplace : S1 à 85,1 M€ (+73,3 % vs S1 22), T2 à 43,0 millions d'euros (+47,3 % vs T2 22)
- GMV France : S1 à 342,4 M€ (-1,7 % vs S1 22), T2 à 169,0 M€ (-0,9 % vs T2 22)

**Ventes Groupe : S1 à 543,4 M€ (-10,0 % vs S1 22), T2 à 269,7 M€ (-7,3 % vs T2 22)**

**Le plan de relance 3C est en bonne voie**

- Amélioration séquentielle des ventes grâce à des initiatives commerciales ciblées, tout en préservant la marge brute
- 50 % des économies du plan d'économies annuelles déjà reflétées dans les résultats du S1
- Réduction des investissements de 14 millions d'euros par rapport à l'année précédente et ajustement des stocks de 23 millions d'euros (vs. déc. 2022)

**Accélération de l'optimisation du réseau de magasins au S2 et lancement du projet d'affiliation**

- Jusqu'à 5 magasins convertis au nouveau modèle d'affiliation (2023)
- Jusqu'à 15 fermetures nettes de magasins intégrés (contre 10 initialement prévues)

**François-Melchior de Polignac, Directeur général, a déclaré :** « Maisons du Monde a affiché une amélioration séquentielle de ses ventes au deuxième trimestre, reflétant la résilience de nos opérations dans un environnement qui reste difficile. Notre plan 3C est en bonne voie : les équipes ont accéléré leurs efforts pour améliorer l'expérience client, en ligne et en magasin. Nous avons mis en œuvre des initiatives commerciales efficaces et ciblées et sommes restés concentrés sur l'accessibilité des prix pour soutenir le pouvoir d'achat. En ce qui concerne les coûts et le cash, avec 50 % de notre plan d'économies de 25 millions d'euros déjà reflété dans les chiffres du premier semestre, nous sommes parfaitement en ligne avec notre trajectoire annuelle.

Au second semestre, nous accélérerons encore sur notre feuille de route 3C, en mettant en œuvre diverses initiatives pour améliorer progressivement les ventes. Nous saisirons également les opportunités d'optimisation des coûts, notamment en gérant notre réseau de magasins par une combinaison de fermetures tactiques et de transferts à des affiliés. Ces initiatives nous permettront d'atteindre nos objectifs pour l'ensemble de l'année, qui sont inchangés. »

**Chiffres Clés – 1<sup>er</sup> semestre 2023**  
(en millions d'euros)

	S1 2023	S1 2022	% Variation
<b>Ventes</b>	<b>543,4</b>	<b>603,9</b>	<b>-10,0%</b>
Ventes à périmètre comparable	520,8	587,9	-11,4%
<b>EBIT</b>	<b>16,3</b>	<b>28,4</b>	<b>-42,6%</b>
En % des ventes	3,0%	4,7%	
<b>Résultat net</b>	<b>1,0</b>	<b>8,4</b>	<b>-88,1%</b>
Résultat net de base par action (en €)	0,02	0,19	
Résultat net récurrent par action (en €)	0,06	0,21	
<b>Flux de trésorerie disponible</b>	<b>2,7</b>	<b>(6,6)</b>	<b>N.A.</b>
<b>Endettement net</b>	<b>100,1</b>	<b>91,8</b>	<b>+9,0%</b>
Ratio de levier financier <sup>1</sup>	1,09x	0,66x	

<sup>1</sup> Ratio de levier financier : Dette nette divisée par EBITDA des derniers douze mois (EBITDA DDM)

### FAITS MARQUANTS DU 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2023

Maisons du Monde a continué à naviguer dans un environnement macroéconomique difficile, marqué par une faible consommation et des dépenses discrétionnaires contraintes. Dans ce contexte, le groupe a maintenu ses efforts pour soutenir le pouvoir d'achat des consommateurs, via des initiatives commerciales innovantes et des actions promotionnelles tactiques, tout en préservant sa position différenciante sur le marché. Au cours du trimestre, le groupe a mis en œuvre son plan 3C, axé sur les clients, les coûts et le cash, dans le but d'améliorer l'expérience client, de renforcer son modèle opérationnel et de rétablir rapidement les conditions d'une croissance organique rentable.

### PRINCIPALES RÉALISATIONS

#### Développement de la plateforme de marque

Maisons du Monde a dévoilé sa collection Automne-Hiver 2023, avec des univers inspirants et une large sélection de matières et de couleurs. Présentée à Paris en mai, cette collection a reçu des retours très positifs de la part des experts du secteur à travers l'Europe, avec une augmentation de près de 40 % des mentions dans la presse par rapport à la collection printemps-été présentée en février dernier, ancrant encore davantage son positionnement unique.

#### Exécution du plan 3C

Au cours du trimestre, Maisons du Monde a réalisé des progrès importants dans la mise en œuvre de son plan 3C autour de trois axes clés :

- **Les clients** : des mesures concrètes ont été prises pour se concentrer sur l'expérience client, afin de créer des conditions favorables à la croissance. L'accent a été mis sur la qualité de l'exécution dont les initiatives les plus récentes incluent :
  - L'évolution du centre de service après-vente de Maisons du Monde en une plateforme proactive de support à la vente afin de renforcer les relations avec les clients.
  - La mise en place d'une plateforme numérique innovante en magasin, appelée AppShop, offrant une expérience omnicanale complète, avec des services et des recommandations personnalisés. Cette application a remporté le prix du meilleur service numérique en magasin lors de la 8<sup>e</sup> édition des trophées LSA 100 % omnicanal.
- **Les coûts** : les initiatives visant à rationaliser les opérations ont déjà permis de réaliser 50 % de l'objectif annuel d'économies de coûts opérationnels avant inflation, notamment grâce à l'optimisation des structures au niveau du siège et à la gestion efficace des heures travaillées en magasins.
- **Le cash** : Maisons du Monde a continué à se concentrer sur le maintien d'une politique disciplinée en matière de dépenses d'investissement, en surveillant étroitement les stocks et en négociant activement les conditions de paiement avec les fournisseurs.

#### Financement

Comme prévu lors du renouvellement de la facilité de crédit négocié en avril 2022, Maisons du Monde a étendu avec succès l'échéance de sa ligne de crédit RCF (Revolving Credit Facility), d'avril 2027 à avril 2028, et a augmenté le montant de la ligne de crédit de 150 millions d'euros à 194 millions d'euros.

## PERFORMANCE DES VENTES AU T2 et au S1 2023

Résumé des ventes (En millions d'euros)	T2 23	T2 22	% variation	S1 2023	S1 2022	% variation
<b>GMV Groupe</b>	<b>303,8</b>	<b>314,5</b>	-3,5%	<b>610,9</b>	<b>643,7</b>	-5,1%
<b>Ventes</b>	<b>269,7</b>	<b>290,9</b>	-7,3%	<b>543,4</b>	<b>603,9</b>	-10,0%
<i>Ventes à périmètre comparable</i>	-8,6%	-10,3%		-11,4%	-7,1%	
<b>Ventes par catégorie de produits</b>						
Décoration	133,6	148,9	-10,3%	289,3	320,5	-9,7%
<i>En % des ventes</i>	49,5%	51,2%		53,2%	53,1%	
Meubles	136,1	142,1	-4,2%	254,1	283,4	-10,3%
<i>En % des ventes</i>	50,5%	48,8%		46,8%	46,9%	
<b>Ventes par canal de distribution</b>						
Réseau de magasins	186,2	198,2	-6,1%	382,2	407,1	-6,1%
<i>En % des ventes</i>	69,1%	68,1%		70,3%	67,4%	
Ventes en ligne	83,5	92,7	-10,0%	161,2	196,8	-18,1%
<i>En % des ventes</i>	30,9%	31,9%		29,7%	32,6%	
<b>Ventes par zone géographique</b>						
France	143,7	151,0	-4,8%	291,6	312,6	-6,7%
<i>En % des ventes</i>	53,3%	51,9%		53,7%	51,8%	
International	126,0	139,9	-10,0%	251,8	291,3	-13,6%
<i>En % des ventes</i>	46,7%	48,1%		46,3%	48,2%	

### Aperçu des ventes du premier semestre et du deuxième trimestre 2023

La **GMV Groupe au S1 2023** est ressortie à 610,9 millions d'euros, en baisse de -5,1 % par rapport à l'année précédente, la **GMV en ligne** représentant 36,4 % à 222 millions d'euros. La **GMV Groupe au T2 2023** s'est élevée à 303,8 millions d'euros, en baisse de -3,5 % par rapport à l'année précédente.

La **GMV de la marketplace** a représenté 85,1 millions d'euros, en hausse de +73,5 % par rapport au S1 2022, dont 7,7 millions d'euros générés en magasin et 77,3 millions d'euros en ligne. Le T2 2023 est ressorti à 43,0 millions d'euros, en hausse de +47,6 %.

Les **ventes du premier semestre 2023** se sont élevées à 543,4 millions d'euros, en baisse de -10,0 % par rapport à l'année précédente, dont un retrait significatif des ventes au premier trimestre 2023 (-12,5 %) en raison d'une base de comparaison élevée. Les ventes se sont améliorées séquentiellement au T2 (-7,3 %). Les **ventes du T2 2023** sont ressorties à 269,7 millions d'euros et ont été affectées par le comportement des consommateurs dans un contexte de pouvoir d'achat limité.

Le trafic en magasin a légèrement reculé (« *low-single digit* ») au T2 2023 par rapport à l'année dernière et a été presque stable par rapport au T1 2023. Le trafic en ligne est passé en territoire légèrement positif au T2 2023 par rapport à l'année dernière et s'est amélioré séquentiellement par rapport au T1 2023. Dans le même temps, la variation du taux de conversion par rapport à l'année dernière est restée négative, en magasin et en ligne, dans un contexte de consommation difficile.

### Détail des ventes du 2<sup>ème</sup> trimestre 2023

#### Ventes par canal

Les **ventes en ligne du T2 2023** sont ressorties à 83,5 millions d'euros, en baisse de -10,0 % par rapport à l'année précédente et ont représenté 30,9 % des ventes du Groupe, reflétant une baisse d'activité sur le site internet de Maisons du Monde alors que la marketplace a continué à croître. Ceci inclut un effet de base positif lié à la montée en puissance de la marketplace en Espagne, lancée au T2 2022. Au deuxième trimestre 2023, les ventes en ligne ont enregistré une amélioration séquentielle notable par rapport au premier trimestre 2023 (-25,4 %).

Les **ventes des magasins du T2 2023** sont ressorties à 186,2 millions d'euros, en baisse de -6,1 % par rapport à l'année précédente.

Poursuivant la gestion active de son réseau de magasins, Maisons du Monde exploitait 350 magasins intégrés à la fin du T2 2023, stable par rapport à la fin mars, avec 5 ouvertures et 5 fermetures. Le Groupe a testé avec succès la conversion des magasins au modèle d'affiliation, avec 2 magasins transférés à des partenaires affiliés en France au cours du trimestre.

## Ventes par catégorie

Dans un contexte où le pouvoir d'achat est resté contraint et où les consommateurs ont donné la priorité aux dépenses non discrétionnaires, **les ventes de décoration du T2 2023** sont ressorties à 133,6 millions d'euros, en baisse de -10,3 % par rapport à l'année précédente, représentant 49,5 % des ventes totales.

**Les ventes de meubles du T2 2023** ont totalisé 136,1 millions d'euros, en baisse de -4,2 % par rapport à l'année précédente, représentant 50,5 % des ventes totales.

La catégorie a enregistré une amélioration séquentielle par rapport au T1 2023 à -16,5 %, bénéficiant d'une réduction de prix sur 140 références sur les produits les plus attractifs et d'initiatives promotionnelles attrayantes, notamment sur la collection Outdoor.

## Ventes par zone géographique

**Les ventes du T2 2023 en France** sont ressorties à 143,7 millions d'euros, en baisse de -4,8 % par rapport à l'année précédente, surperformant la moyenne du Groupe, bénéficiant du développement de la marketplace. Les **ventes en magasins** ont représenté 71,7 % du total des ventes.

**Les ventes internationales du T2 2023** sont ressorties à 126 millions d'euros, en baisse de -10,0 % par rapport à l'année précédente. Les ventes combinées en Espagne et en Italie (61 % des ventes internationales totales) ont diminué de -5 % par rapport à l'année précédente. Les ventes combinées en Belgique, en Allemagne et en Suisse (33 % des ventes internationales totales) ont diminué de -13,4 % par rapport à l'année précédente.

Comme annoncé en mai 2023, Maisons du Monde a cessé ses activités en ligne au Royaume-Uni à la fin du deuxième trimestre.

## Détail des ventes pour le premier semestre 2023

### Ventes par canal

**Les ventes en ligne du S1** sont ressorties à 161,2 millions d'euros, en baisse de -18,1 % par rapport à l'année précédente, malgré une amélioration séquentielle entre le T1 2023 (-25,4 %) et le T2 2023 (-10,0 %). Cette baisse est principalement liée à une diminution du trafic par rapport à la même période de l'année dernière et à une détérioration du taux de conversion.

**Les ventes des magasins** pour le premier semestre se sont élevées à 382,2 millions d'euros, soit une baisse de -6,1 %.

Poursuivant la gestion active de son réseau de magasins, Maisons du Monde exploitait 350 magasins intégrés à fin juin 2023 et a transféré 2 magasins en affiliation, ce qui représente 5 ouvertures et 11 fermetures par rapport à l'année 2022 : 214 magasins en France (4 fermetures nettes dont 2 magasins transférés à un affilié) et 138 dans le reste de l'Europe (2 fermetures nettes).

### Ventes par catégorie

Les **ventes de décoration** au premier semestre sont ressorties à 289,3 millions d'euros, en baisse de -9,7 % par rapport à l'année précédente, et ont représenté 53,2 % des ventes totales.

Les **ventes de meubles** au premier semestre sont ressorties à 254,1 millions d'euros, en baisse de -10,3 % par rapport à l'année précédente.

## Ventes par zone géographique

Les ventes du premier semestre en France se sont élevées à 291,6 millions d'euros, en baisse de -6,7 % par rapport à l'année précédente, malgré une amélioration séquentielle entre le premier trimestre 2023 (-8,5 %), fortement impacté par les tensions en France à la mi-janvier, et le deuxième trimestre 2023 (-4,8 %), qui a fait preuve de résilience malgré la réduction du trafic et de la conversion.

Les ventes internationales du premier semestre sont ressorties à 251,8 millions d'euros, en baisse de -13,6 % par rapport à l'année précédente. Les ventes combinées en Espagne et en Italie (60,2 % des ventes internationales totales) ont diminué de -7,9 %. Les ventes combinées en Belgique, en Allemagne et en Suisse (34 % des ventes internationales totales) ont diminué de -18,6 % par rapport à l'année précédente.

## PERFORMANCE FINANCIÈRE

Marge brute, EBITDA, EBIT (En millions d'euros)	S1 2023	S1 2022	% Variation
<b>Ventes</b>	<b>543,4</b>	<b>603,9</b>	-10,0%
Coût des ventes	(196,9)	(217,2)	-9,3%
<b>Gross margin</b>	<b>346,5</b>	<b>386,7</b>	-10,4%
En % des ventes	63,8%	64,0%	
Coûts d'exploitation des magasins et coûts centraux	(157,1)	(170,7)	-8,0%
Dépenses marketing	(27,8)	(32,1)	-13,4%
Coûts logistiques	(76,4)	(84,5)	-9,6%
<b>Charges d'exploitation</b>	<b>(261,3)</b>	<b>(287,3)</b>	-9,0%
<b>EBITDA</b>	<b>85,1</b>	<b>99,4</b>	-14,3%
En % des ventes	15,7%	16,5%	
Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations	(68,8)	(70,9)	-2,9%
<b>EBIT</b>	<b>16,3</b>	<b>28,4</b>	-42,7%
En % des ventes	3,0%	4,7%	

Le taux de **marge brute** a résisté au premier semestre 2023, à 63,8 %, pratiquement stable par rapport à la même période de l'année précédente.

Ceci est le résultat d'une bonne gestion des différentes composantes de la marge brute, notamment :

- Une stratégie de prix agile et sélective, conçue pour atténuer efficacement l'impact des augmentations de coûts au fil du temps, et un suivi précis des investissements promotionnels additionnels pour soutenir le trafic et les ventes, dans un contexte de forte concurrence sur les prix.
- Des négociations productives avec les fournisseurs, pour maximiser les effets positifs de l'évolution des coûts du fret et limiter l'impact de l'inflation des matières premières.
- Une politique de couverture de change efficace, limitant l'effet de la variation de l'USD au S1.

La marketplace a également contribué positivement, notamment grâce à la montée en puissance de l'Espagne depuis son lancement au deuxième trimestre 2022, confirmant l'effet positif de la place de marché sur l'équation économique de Maisons du Monde.

Cette performance est conforme à l'ambition de Maisons du Monde pour 2023, à savoir une marge brute d'environ 65 % pour l'ensemble de l'année. L'amélioration attendue des coûts du fret contribuera positivement à une amélioration séquentielle de la marge brute au second semestre de l'année.

**Les coûts d'exploitation des magasins et les coûts centraux** ont diminué de près de 14 millions d'euros par rapport à l'année précédente, pour atteindre 157,1 millions d'euros. Malgré la persistance des pressions inflationnistes sur les coûts d'exploitation, toutes les initiatives du plan 3C en matière de coûts portent leurs fruits et 50 % des économies annuelles de 25 millions d'euros ont déjà été réalisées.

**Les dépenses de marketing** ont diminué de -13,4 % par rapport à l'année précédente pour atteindre 27,8 millions d'euros. Une gestion disciplinée a permis d'optimiser l'allocation du capital, en donnant notamment la priorité aux projets ayant le meilleur retour sur investissement pour stimuler le trafic, tout en procédant à des ajustements dans certains pays.

**Les coûts logistiques** ont diminué de -9,6 % par rapport à l'année précédente pour atteindre 76,4 millions d'euros, soit 14,1 % du chiffre d'affaires, comme au premier semestre 2022. Cette diminution est liée à une baisse des volumes et aux effets positifs des mesures d'efficacité mises en œuvre dans des domaines tels que le transport.

**L'EBITDA** a reculé de 14,3 millions d'euros à 85,1 millions d'euros contre 99,4 millions d'euros au S1 2022. Au global, les mesures prises dans le cadre du plan 3C se sont traduites par un ajustement des coûts opérationnels de -9 % sur le semestre. Cela a permis de contenir l'impact de la baisse des ventes sur la marge d'EBITDA à 80bps, avec une marge de 15,7 % au S1 2023 contre 16,5 % au S1 2022.

Les dotations aux amortissements, provisions et dépréciations ont diminué de 2,1 millions d'euros à 68,8 millions d'euros par rapport aux 70,9 millions d'euros du premier semestre 2022, soulignant la stricte discipline financière de Maisons du Monde. Cela reflète un ajustement du cycle de vie des actifs lié à la baisse des dépenses d'investissement en magasin, ainsi que des coûts supplémentaires liés au deuxième entrepôt et aux nouveaux développements informatiques.

**L'EBIT** est ressorti à 16,3 millions d'euros, soit une marge de 3,0 %, avec une montée en puissance attendue au second semestre 2023.

**Le résultat net** est ressorti à 1,0 million d'euros contre 8,4 millions d'euros au S1 2022. Le bénéfice par action est ressorti à 0,02 € contre 0,19 € au premier semestre 2022.

Il comprend :

- Les autres charges opérationnelles nettes de 5,8 millions d'euros, principalement liées aux coûts de fermeture des magasins.
- Les charges financières nettes de 8,5 millions d'euros, contre 9,1 millions d'euros au S1 2022, compte tenu de la baisse des intérêts sur emprunts, y compris la facilité de crédit renouvelable, ainsi que des gains sur les transactions de change.
- L'impôt sur le revenu, représentant 0,9 million d'euros contre 4,2 millions d'euros au premier semestre 2022. Le taux effectif d'imposition est ressorti à 25,8 % au 30 juin 2023, comme l'an dernier.

## Cash Flow libre

(En millions d'euros)	30 juin 2023	30 juin 2022
<b>EBITDA</b>	<b>85,1</b>	<b>99,4</b>
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	4,0	(12,3)
Variation des autres éléments opérationnels	(0,2)	(4,2)
<b>Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles</b>	<b>88,9</b>	<b>82,8</b>
Dépenses d'investissement (Capex)	(18,0)	(31,8)
Variation des dettes sur immobilisations	(6,4)	(0,2)
Produits de cessions d'actifs non courants	0,4	0,2
Diminution de la dette de location	(55,7)	(52,0)
Intérêts liés à la dette de location	(6,5)	(5,6)
<b>Cash Flow libre</b>	<b>2,7</b>	<b>(6,6)</b>

Au 1<sup>er</sup> semestre 2023, les dépenses d'investissement sont ressorties à 18,0 millions d'euros, en baisse de 14,0 millions d'euros par rapport au 30 juin 2022, grâce à une allocation disciplinée des ressources en capital, notamment pour les investissements en magasin.

En termes de besoin en fonds de roulement, le Groupe a bénéficié de négociations avec les fournisseurs clés sur les délais de paiement et d'un suivi rigoureux des stocks qui ont été réduits de 245,7 millions d'euros à fin décembre 2022 à 222,8 millions d'euros à fin juin 2023.

**Le cash flow libre** est passé en territoire positif à 2,7 millions d'euros, contre un flux négatif de 6,6 millions d'euros à la fin du mois de juin 2022.

## Dette financière nette

### Endettement net et ratio de levier financier

(En millions d'euros)

Calcul de l'endettement net	30 juin 2023	31 Déc. 2022
Emprunt obligataire convertible ("OCEANE")	198,1	195,6
Ligne de crédit à long terme	(0,4)	(0,5)
Facilité de crédit renouvelable (RCF)	(0,7)	(0,7)
Rachat d'actions	-	28,1
Autres dettes	1,6	1,7
<b>Endettement brut</b>	<b>198,6</b>	<b>224,2</b>
Dettes de location	600,9	613,1
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(100,2)	(121,3)
<b>Dette nette (IFRS 16)</b>	<b>699,3</b>	<b>716,0</b>
Moins : Dette de location (IFRS 16)	(600,9)	(613,1)
Plus: Dette de location (crédit-bail)	1,7	2,2
<b>Dette nette</b>	<b>100,1</b>	<b>105,1</b>
EBITDA <sup>2</sup> DDM (douze derniers mois)	91,6	109,5
<b>Ratio de levier financier</b>	<b>1,09x</b>	<b>0,96x</b>

Maisons du Monde bénéficie d'un bilan sain. L'endettement brut du Groupe au 30 juin 2023 était de 198,6 millions d'euros, contre 224,2 millions d'euros à la fin du mois de décembre 2022. Les locations financières ont diminué de 12,2 millions d'euros, principalement en raison des fermetures de magasins. Compte tenu de sa position de trésorerie et d'équivalents de trésorerie de 100,2 millions d'euros contre 121,3 millions d'euros au 31 décembre 2022, la position d'endettement net de Maisons du Monde au 30 juin 2023 était de 100,1 millions d'euros (levier de 1,09x) contre 105,1 millions d'euros au 31 décembre 2022 (levier de 0,96x).

## PRIORITÉS DU PLAN 3C POUR LE 2<sup>EME</sup> SEMESTRE 2023

Lors du second semestre, Maisons du Monde poursuivra l'exécution de son plan 3C en accélérant certaines initiatives pour renforcer son modèle opérationnel et retrouver progressivement les conditions d'une croissance rentable :

- **Du côté des clients**, le Groupe poursuivra ses efforts pour soutenir le pouvoir d'achat. Cela comprend notamment une politique de prix agile combinant des promotions tactiques et des réductions de prix sur une gamme de produits sélectionnés, comme cela a déjà été initié au premier semestre. Le Groupe finalisera également le lancement de sa marketplace en Allemagne d'ici la fin du troisième trimestre 2023. Maisons du Monde bénéficiera également de mesures visant à améliorer continuellement la disponibilité des produits en magasin et en ligne, afin de stimuler le trafic et la conversion des ventes.
- **En ce qui concerne les coûts et le cash**, Maisons du Monde continuera à déployer son plan d'optimisation des coûts, afin d'atteindre son objectif annuel de réduction des coûts de 25 millions d'euros.

Maisons du Monde accélérera la gestion dynamique de son réseau de magasins, avec un objectif de 15 fermetures nettes de magasins, en hausse par rapport aux 10 fermetures nettes annoncées en mai.

<sup>2</sup> L'EBITDA de 85,1 millions d'euros est retraité conformément à l'accord sur le contrat de crédit senior signé le 22 avril 2022

Enfin, après le transfert réussi de 2 magasins à un partenaire affilié à la fin du deuxième trimestre, Maisons du Monde continuera la politique de transferts avec un maximum de 3 magasins additionnels, ce qui portera le parc de magasins affiliés à un maximum de 5 d'ici à fin 2023.

### OBJECTIFS ANNUELS 2023 INCHANGÉS

En ligne avec la feuille de route 2023 construite sur le plan 3C, et prenant en compte les priorités du second semestre 2023, Maisons du Monde maintient inchangés ses objectifs pour 2023 :

- Une baisse des ventes, « *low-to-mid-single digit* », avec une amélioration séquentielle au second semestre par rapport au premier
- Un EBIT compris entre 65 et 75 millions d'euros
- Un Cash flow libre compris entre 40 et 50 millions d'euros
- Un taux de distribution du dividende compris entre 30 et 40 %
- Engagement ESG : un tiers des collections 2023 de Maisons du Monde incluses dans la sélection « Good is beautiful ».

### PROGRAMME DE RACHAT D'ACTIONS ENTIÈREMENT ACHEVÉ

Au 30 juin 2023, Maisons du Monde a achevé son deuxième programme de rachat d'actions, lancé le 29 juillet 2022. Le groupe a racheté 4 098 809 actions à un prix moyen de marché de 10,17 €. Ces actions sont destinées à être annulées d'ici la fin de l'année.

Lors de la réunion du Conseil d'administration du 8 mars 2023, une première annulation de 2 300 000 actions a été effectuée. La réduction de capital a été réalisée le 10 mars 2023.

Le capital social de Maisons du Monde S.A. s'élève à 132 801 434,28 euros, composé de 40 988 097 actions.



### **Conférence téléphonique pour les investisseurs et les analystes**

Date : 27 juillet 2023 à 9h00 (CET)

Intervenants : François-Melchior de Polignac, Directeur Général et Régis Massuyeau, Directeur Financier

Détails de connexion :

- Webcast : <https://edge.media-server.com/mmc/p/e58uetez>
- Conférence téléphonique : <https://register.vevent.com/register/BI1f81ee797aa04cc2af0a86b8a2c04003>

\*\*\*

### **Calendrier financier**

**26 octobre 2023**                      Ventes T3 et 9M 2023

### **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 352 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

Carole Alexandre

Tel: (+33) 6 30 85 12 78

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

#### Relations presse

Pierre Barbe

Tel: (+33) 6 23 23 08 51

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

ANNEXE  
États financiers consolidés

<b>Compte de résultat consolidé</b> <i>(En millions d'euros)</i>	<b>H1 2023</b>	<b>H1 2022</b>
<b>Ventes</b>	<b>543,4</b>	<b>603,9</b>
Autres produits de l'activité	17,1	23,6
<b>Chiffres d'affaires</b>	<b>560,4</b>	<b>627,5</b>
Coût des ventes	(196,9)	(217,2)
<b>Marge brute</b>	<b>346,5</b>	<b>386,7</b>
<i>En % des ventes</i>	<b>63,8%</b>	<b>64,0%</b>
Charge de personnel	(116,9)	(120,3)
Charges externes	(166,7)	(196,2)
Dotation aux amortissements, provisions et dépréciations	(68,8)	(70,9)
Juste valeur des instruments financiers dérivés	1,3	(3,1)
Autres produits/(charges) d'exploitation	3,8	3,0
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>16,2</b>	<b>22,8</b>
Autres produits et charges opérationnels	(5,8)	(1,1)
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>10,4</b>	<b>21,7</b>
Coût de l'endettement net	(3,0)	(3,0)
Coût de l'endettement « contrats de location »	(6,6)	(5,7)
Produits financiers	2,1	2,0
Charges financières	(1,1)	(2,4)
<b>Résultat financier</b>	<b>(8,5)</b>	<b>(9,1)</b>
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>1,9</b>	<b>12,6</b>
Impôt sur le résultat	(0,9)	(4,2)
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>1,0</b>	<b>8,4</b>
<b>Résultat net</b>	<b>1,0</b>	<b>8,4</b>
Attribuable aux :		
• Actionnaires de la société mère	0,9	8,5
• Participations ne donnant pas le contrôle	0,02	(0,1)
<b>Résultat de base par action (en €)</b>	<b>0,02</b>	<b>0,19</b>

## Bilan consolidé

(En millions d'euros)

	30 juin 2023	31 décembre 2022
<b>ACTIF</b>		
Goodwill	327,0	327,0
Autres immobilisations incorporelles	244,2	238,9
Immobilisations corporelles	170,0	174,8
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	604,6	617,3
Autres actifs financiers non courants	16,3	16,5
Impôts différés actifs	9,3	9,8
Instruments financiers dérivés	-	-
<b>ACTIFS NON COURANTS</b>	<b>1 371,0</b>	<b>1 384,3</b>
Stocks	222,8	245,7
Créances clients et autres créances	79,4	82,4
Actifs d'impôt exigible	10,8	9,9
Instruments financiers dérivés	-	9,4
Trésorerie et équivalents de trésorerie	100,2	121,3
<b>ACTIFS COURANTS</b>	<b>413,2</b>	<b>468,7</b>
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>1 784,2</b>	<b>1 853,0</b>
<b>PASSIFS ET CAPITAUX PROPRES</b>		
<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES</b>	<b>587,6</b>	<b>604,1</b>
Emprunts	0,5	0,3
Obligations convertibles non courantes	-	-
Dettes de location à moyen et long terme	480,1	494,2
Impôts différés passifs	42,6	46,3
Avantages postérieurs à l'emploi	8,9	9,2
Provisions	16,6	12,9
Instruments financiers dérivés	1,3	6,2
Autres passifs non courants	4,2	4,2
<b>PASSIFS NON COURANTS</b>	<b>554,1</b>	<b>573,3</b>
Emprunts et emprunts convertibles	198,2	223,9
Dettes de location à court terme	120,8	119,0
Dettes fournisseurs et autres dettes à court terme	306,0	322,7
Provisions	2,8	6,4
Passifs d'impôt exigible	3,9	3,5
Instruments financiers dérivés	10,7	0,1
<b>PASSIFS COURANTS</b>	<b>642,4</b>	<b>675,6</b>
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>1 197,0</b>	<b>1 248,9</b>
<b>TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES</b>	<b>1 784,2</b>	<b>1 853,0</b>

## Tableau des flux de trésorerie consolidé

(En millions d'euros)

	30 juin 2023	30 juin 2022
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>1,9</b>	<b>12,6</b>
Ajustements relatifs aux :		
• Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations	71,4	72,8
• Plus ou moins-values de cessions	2,8	2,1
• Variation de la juste valeur des instruments financiers dérivés	(1,3)	3,1
• Paiements fondés sur des actions	0,8	0,0
• Coût de l'endettement net	3,0	3,0
• Coût de la dette de location	6,6	5,7
Variation du besoin en fonds de roulement d'exploitation :	4,0	(12,3)
Impôt payé	(0,4)	(4,1)
<b>Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles<sup>(a)</sup></b>	<b>88,9</b>	<b>82,8</b>
Acquisition d'actifs non courants :		
• Immobilisations corporelles	(9,4)	(23,8)
• Immobilisations incorporelles	(8,7)	(8,9)
• Autres actifs non courants	0,1	0,9
Variation des dettes sur immobilisations	(6,4)	(0,2)
Produits des cessions d'actifs non courants	0,4	0,2
<b>Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement<sup>(b)</sup></b>	<b>(24,0)</b>	<b>(31,8)</b>
<i>Dont flux d'investissement liés aux activités abandonnées</i>	-	-
Produits de la souscription d'emprunts	0,2	0,1
Remboursement d'emprunts	(22,9)	(29,7)
Diminution des dettes de location	(55,7)	(52,0)
Acquisitions (nettes) d'actions propres	(0,5)	(0,7)
Dividendes versés	-	(23,4)
Intérêts payés	(0,4)	(1,8)
Intérêts liés à la dette de location	(6,5)	(5,6)
<b>Flux nets de trésorerie liés aux activités de financement<sup>(c)</sup></b>	<b>(85,9)</b>	<b>(113,0)</b>
<i>Dont flux de financement liés aux activités abandonnées</i>	-	-
Variation nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie et gains / pertes de change	0,06	0,1
<b>Variation nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie<sup>(a)+(b)+(c)</sup></b>	<b>(21,0)</b>	<b>(61,9)</b>
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture</b>	<b>121,0</b>	<b>163,2</b>
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture</b>	<b>100,1</b>	<b>101,3</b>

*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 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 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.

**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.

**Ratio de levier financier :** Le levier financier est calculé en divisant l'endettement net par l'EBITDA (incluant Modani sur une base pro forma pour la période, hors dettes relatives à l'earn-out et à l'option de vente).

**Flux de trésorerie disponible :** 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.