

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MAISONS DU MONDE : RÉSULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2017**Poursuite de la forte croissance des ventes****Maintien d'une rentabilité solide****Objectifs 2017 confirmés**

-
- **Hausse de 17% des ventes à 456,6 millions d'euros, dont +9% à périmètre comparable**
 - **Croissance de 32% des ventes en ligne, représentant 22% des ventes totales**
 - **10 ouvertures nettes de magasins, dont 8 magasins à l'international, en ligne avec le plan de développement pour 2017 ; poursuite des investissements dans les initiatives omnicanales**
 - **EBITDA en progression de 7% à 43,2 millions d'euros**
 - **Résultat net de 6,2 millions d'euros**
 - **Amélioration du levier financier à 1,8x par rapport à 2,4x au 30 juin 2016**
-

Nantes, 27 Juillet 2017,

Maisons du Monde (Euronext Paris : MDM, Code ISIN : FR0013153541), un leader européen de collections originales et accessibles d'articles de décoration et de mobilier pour la maison, annonce aujourd'hui ses résultats du premier semestre 2017.

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

« Maisons du Monde a poursuivi avec succès la mise en œuvre de sa stratégie au premier semestre 2017, comme en témoignent nos solides performances tant en termes de croissance des ventes que de rentabilité.

La forte dynamique des ventes, sur des bases de comparaison déjà élevées, reflète la pertinence de notre offre et le succès continu de notre approche omnicanale. Notre croissance a de nouveau été bien équilibrée entre les catégories de produits, les zones géographiques et les canaux de distribution. Cette croissance a été réalisée tout en préservant une solide rentabilité, alors que nous avons continué à investir dans nos initiatives autour de la relation client et à maintenir une excellente exécution en magasin.

Sur la base de cette solide performance, nous confirmons nos objectifs financiers et opérationnels pour 2017 et à moyen terme. »

Forte croissance des ventes, portée par l'ensemble des activités

Les ventes du premier semestre 2017 ont atteint 456,6 millions d'euros, en hausse de 17% par rapport au premier semestre 2016, et de 9% à périmètre comparable. Toutes les catégories de produits, géographies et canaux de distribution ont contribué à cette croissance, reflétant le très bon accueil réservé aux nouvelles collections d'articles de décoration et de meubles. Cette performance confirme également la solidité du modèle économique du Groupe et de sa stratégie omnicanale. Les ventes en ligne ont représenté 22% des ventes totales sur la période, en progression de 32% par rapport au premier semestre 2016. Cette croissance a été notamment soutenue par la réussite du déploiement de la livraison gratuite en magasin partout en Europe.

Le Groupe a continué d'étendre son réseau de magasins au premier semestre 2017, avec 10 ouvertures nettes sur la période, dont 8 magasins à l'international, comme prévu.

Marge d'EBITDA solide

L'EBITDA du premier semestre 2017 a atteint 43,2 millions d'euros, en hausse de 7% par rapport au premier semestre 2016, porté par la croissance des ventes. Comme attendu, la marge d'EBITDA s'est élevée à 9,5% contre 10,3% au premier semestre de 2016.

Cette évolution a reflété l'impact des effets de change, comme anticipé. A taux de change constant sur les achats en dollar US, la croissance de l'EBITDA aurait été de 20% par rapport au premier semestre 2016.

Par ailleurs, l'EBITDA du premier semestre 2017 a intégré la prise en compte, pour la première fois, du plan d'attribution d'actions gratuites et du plan d'intéressement du personnel. De plus, le groupe a continué à investir sur la période dans des actions clés de sa stratégie omnicanale telles que les initiatives en matière de services à la clientèle et un programme de gestion de la relation client.

Résultat net positif

Le résultat net du Groupe est redevenu positif au premier semestre 2017, à 6,2 millions d'euros, reflétant notamment la baisse des charges financières, qui a plus que compensé l'enregistrement d'une charge d'impôt sur les bénéfices.

Poursuite de l'amélioration du levier financier

Le Groupe a continué à se désendetter fortement au premier semestre, du fait notamment d'une variation nette de trésorerie positive de 27,7 millions d'euros générée par ses activités opérationnelles. Au 30 juin 2017, la dette nette s'élevait à 230,2 millions d'euros, avec une amélioration du ratio d'endettement à 1,8x par rapport à 2,4x au 30 juin 2016.

Confiance renforcée dans la réalisation des objectifs 2017

La solide performance réalisée au premier semestre permet à Maisons du Monde de confirmer ses objectifs de 2017, comme mis à jour en mai¹ :

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

Informations complémentaires

Le Conseil d'administration de Maisons du Monde s'est réuni jeudi 27 juillet 2017 pour arrêter les états financiers consolidés intermédiaires condensés du Groupe pour le premier semestre 2017. Les procédures de revue limitée des Commissaires aux comptes sont en cours de finalisation.

¹ Se référer au communiqué de presse des ventes du premier trimestre 2017 publié par la Société le 2 mai 2017.

Résumé des ventes du deuxième trimestre 2017

En millions d'euros	Trimestre clos le 30 juin		
	T2 2016	T2 2017	% Variation
Ventes par zone géographique			
France	126,7	138,0	+8,9%
International	73,6	89,8	+22,1%
Total	200,3	227,8	+13,7%
Ventes par zone géographique (%)			
France (%)	63,3%	60,6%	-
International (%)	36,7%	39,4%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	100,2	116,9	+16,7%
Meuble	100,1	110,9	+10,8%
Total	200,3	227,8	+13,7%
Ventes par catégorie de produits (%)			
Décoration (%)	50,0%	51,3%	-
Meuble (%)	50,0%	48,7%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	159,1	177,3	+11,4%
Ventes en ligne	41,2	50,5	+22,5%
Total	200,3	227,8	+13,7%
Ventes par canal de distribution (%)			
Réseau de magasins (%)	79,4%	77,8%	-
Ventes en ligne (%)	20,6%	22,2%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-

Résumé des ventes du premier semestre 2017

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin		
	S1 2016	S1 2017	% Variation
Ventes par zone géographique			
France	250,0	279,0	+11,6%
International	139,6	177,6	+27,2%
Total	389,6	456,6	+17,2%
Ventes par zone géographique (%)			
France (%)	64,2%	61,1%	-
International (%)	35,8%	38,9%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par catégorie de produits			
Décoration	202,3	242,9	+20,1%
Meuble	187,3	213,7	+14,1%
Total	389,6	456,6	+17,2%
Ventes par catégorie de produits (%)			
Décoration (%)	51,9%	53,2%	-
Meuble (%)	48,1%	46,8%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-
Ventes par canal de distribution			
Réseau de magasins	312,5	354,6	+13,5%
Ventes en ligne	77,1	102,0	+32,3%
Total	389,6	456,6	+17,2%
Ventes par canal de distribution (%)			
Réseau de magasins (%)	80,2%	77,7%	-
Ventes en ligne (%)	19,8%	22,3%	-
Total (%)	100,0%	100,0%	-

Principaux indicateurs financiers

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin		
	S1 2016	S1 2017	% Variation
Ventes	389,6	456,6	+17,2%
% Variation à périmètre comparable	+16,6%	+9,0%	-
Marge Brute	257,2	298,2	+15,9%
En % des ventes	66,0%	65,3%	(70)pbs
EBITDA	40,3	43,2	+7,2%
En % des ventes	10,3%	9,5%	(80)pbs
EBIT	26,8	28,0	+4,4%
En % des ventes	6,9%	6,1%	(80)pbs
Résultat net	(53,9)	6,2	n/a
Endettement net	256,5	230,2	(10,3)%
Levier financier ² (x)	2,4x	1,8x	(0,6)x

² Endettement net divisé par l'EBITDA des douze derniers mois.

Compte de résultat consolidé simplifié

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin	
	S1 2016	S1 2017
Ventes	389,6	456,6
Résultat opérationnel courant	4,9	16,6
Autres produits et charges opérationnels	(10,5)	(0,9)
Résultat opérationnel	(5,7)	15,8
Résultat financier	(67,1)	(4,2)
Résultat avant impôts	(72,7)	11,6
Impôts sur le résultat	18,8	(5,4)
Résultat net	(53,9)	6,2

Réconciliation de l'EBITDA

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin	
	S1 2016	S1 2017
Résultat opérationnel courant	4,9	16,6
Dotations aux amortissements et provisions, et dépréciations	13,5	15,2
Variation de la juste valeur des instruments financiers dérivés	11,3	2,4
Frais de gestion	0,8	-
Frais de pré-ouverture	1,6	1,5
Dépenses liées aux catalogues ³	6,8	6,7
Taxes (IFRIC 21) ³	1,3	0,7
EBITDA	40,3	43,2

³ Pro rata temporis sur la période.

Flux de trésorerie disponible

En millions d'euros	Semestre clos le 30 juin	
	S1 2016	S1 2017
EBITDA	40,3	43,2
Variation du besoin en fonds de roulement opérationnel	(17,6)	(3,4)
Variation des autres éléments opérationnels	(25,2)	(12,0)
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles	(2,5)	27,7
Dépense d'investissement	(24,6)	(24,0)
Rachats d'actions et autres titres	(20,6)	-
Produits de cessions et dettes sur immobilisations	1,3	(3,1)
Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement	(44,0)	(27,2)
Flux de trésorerie disponible	(46,5)	0,5

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 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 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, de sa marge d'EBITDA et de sa marge d'EBIT.
- **Croissance des ventes à périmètre comparable** : La croissance des ventes à périmètre comparable correspond au pourcentage d'évolution des ventes réalisées en magasins, sur les 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.
- **EBITDA** : L'EBITDA est défini comme étant le résultat opérationnel avant éléments opérationnels non-récurrents, et après exclusion (i) des dotations aux amortissements, provisions, et dépréciations, (ii) de la variation de la juste valeur des instruments financiers dérivés, (iii) des charges encourues avant l'ouverture des nouveaux magasins et (iv), uniquement pour 2016, des frais de gestion facturés par l'actionnaire de référence préalablement à l'introduction en bourse. 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 la ligne de crédit à long terme, de la facilité de crédit renouvelable, 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.

Calendrier financier 2017⁴**23 octobre 2017** – Ventes du T3 2017 (communiqué de presse après bourse)

Avertissement : Déclarations Prospectives

Ce communiqué de presse contient certaines déclarations qui constituent des « déclarations prospectives », y compris notamment les énoncés annonçant ou se rapportant à des événements futurs, des tendances, des projets ou des objectifs, fondés sur certaines hypothèses ainsi que toutes les déclarations qui ne se rapportent pas directement à un fait historique ou avéré. Ces déclarations prospectives sont fondées sur les anticipations et convictions actuelles de l'équipe dirigeante et sont soumises à un certain nombre de risques et incertitudes, en conséquence desquels les résultats réels pourraient différer sensiblement des résultats prévisionnels évoqués explicitement ou implicitement par les déclarations prospectives. Par conséquent, aucune garantie n'est donnée sur le fait que ces énoncés ou prévisions se réaliseront ou que les objectifs de résultats seront atteints. Les énoncés prospectifs figurant dans le présent communiqué de presse sont valables uniquement à la date de leur publication, et ne donneront lieu à aucune mise à jour ou révision. Pour obtenir plus d'informations sur ces risques et incertitudes, vous pouvez consulter les documents déposés par Maisons du Monde auprès de l'Autorité des marchés financiers.

À propos de Maisons du Monde

Maisons du Monde est un créateur d'univers dans le secteur de l'aménagement de la maison, proposant des collections de meubles et des objets de décoration originaux et accessibles, déclinés en différents styles. Le Groupe développe son activité grâce à une approche omnicanale intégrée et complémentaire, s'appuyant sur son réseau international de magasins, ses sites Internet, et ses catalogues. Fondé en France en 1996, le Groupe a développé ses activités à travers l'Europe depuis 2003. En 2016, les ventes du Groupe ont atteint 882 millions d'euros et son EBITDA était de 123 millions d'euros. Le Groupe exploite 288 magasins dans sept pays – France, Italie, Espagne, Belgique, Suisse, Allemagne et Luxembourg – et a généré 36% de ses ventes hors de France en 2016. Le Groupe a par ailleurs réussi l'intégration d'une plateforme de commerce en ligne complète et complémentaire, dont le taux de croissance moyen annuel de ses ventes a atteint 37% de 2010 à 2016. Cette plateforme, disponible dans onze pays (les sept pays d'implantation de ses magasins, ainsi que l'Autriche, les Pays-Bas, le Portugal et le Royaume-Uni), a représenté 19% des ventes du Groupe en 2016.

www.maisonsdumondeipo.com

Contacts**Relations Investisseurs**

Laurent Sfaxi – +33 2 51 71 52 07

lsfaxi@maisonsdumonde.com**Relations Presse**

Clémentine Prat – +33 2 51 79 54 08

cprat@maisonsdumonde.com

⁴ Calendrier indicatif.