

Flash Maisons du Monde : résultats 1^{er} trimestre 2021 (1/3)

Malgré le contexte de la crise sanitaire qui perdure, Maisons du Monde a réalisé un début d'année très solide et rentable. Les **ventes du Groupe** au premier trimestre 2021 s'élevèrent à **331 M€**, soit une progression remarquable de **+35,8 %** (**+36,6 %** à périmètre comparable) par rapport au T1 2020. Cette forte croissance a été portée par :

- La forte demande des consommateurs ainsi que le succès des collections ;
- Le développement du réseau de magasins (+17 magasins) ;
- L'efficacité du modèle digital ;
- Une base de comparaison légèrement favorable en raison de la chute des ventes mi-mars 2020 durant la première vague de la pandémie. Notons tout de même que les ventes du T1 2021 ont également été bien supérieures à leur niveau d'avant la pandémie, avec une hausse de **+18,1 %** par rapport au 1^{er} trimestre 2019.

Au niveau des ventes :

Par catégorie de produits :

- Les **ventes de décoration** ont fortement augmenté de **+39,3%**, représentant 53% des ventes totales;
- Les **ventes de meubles** ont atteint 155 M€, également en forte hausse de **+32,0%** par rapport au T1 2020, en grande partie portées par le succès des gammes outdoor et canapés.

Par région :

- **En France**, les ventes en France ont augmenté de **+42,3 %** pour atteindre **181 M€** ;
- Tandis que les ventes **à l'international** ont augmenté de **+28,6%** à **149 M€**.

Par canal de distribution :

- Les **ventes en ligne** ont bondi de **+76,2 % (+71,3 %** par rapport au T1 2019) à **124 M€**, représentant un niveau record de **+37%** des ventes totales du Groupe. Cette performance remarquable des ventes en ligne est due à des gains de part de marché en forte croissance en France, sous l'effet combiné d'un trafic plus important et de l'amélioration du taux de conversion. La montée de la marketplace sélective poursuit sa croissance ;
- Par ailleurs, les **ventes en magasin** au 1^{er} trimestre ont également augmenté de +19,4% bien qu'une partie du réseau (environ 15% en moyenne comparé à environ 20% au T1 2020) ait été fermée tout au long du trimestre.

Signalons également que du 1^{er} avril au 11 mai 2021, les trois quarts environ du réseau européen de magasins, dont les magasins en France, en Belgique et en Allemagne, ont été fermés au public, ce qui s'est traduit par une augmentation des commandes en ligne sur le deuxième semestre également, bien qu'à un taux inférieur à celui du premier trimestre en raison d'une base de comparaison plus élevée.

Perspectives 2021 :

Dans un contexte encore incertain, la visibilité sur le second semestre reste limitée avec des prévisions prudentes. Le groupe confirme pourtant les perspectives publiées le 10 mars dernier pour l'ensemble de l'année 2021 :

- ✓ Croissance des ventes élevée à un chiffre (« high single-digit »).
- ✓ Amélioration du taux de marge d'EBIT, avec une augmentation allant jusqu'à 50 points de base vs 2020.
- ✓ Cash-flow libre supérieur à son niveau de 2020.

Recommandation :

- Au global, Maisons du Monde réalise un excellent début d'année et une réussite commerciale impressionnante, démontrant la pertinence de son offre, fondée sur un modèle économique omnical fort et un bon positionnement produit
- La rentabilité un peu décevante jusqu'ici du capital investi devrait repartir légèrement à la hausse sur l'exercice et encore davantage dans les années à venir, ce qui nous amène à revoir légèrement nos prévisions sur la valeur.
- Le cours est toutefois assez élevé, alors que l'action capitalise un peu plus de 18 fois le bénéfice attendu par les analystes en 2021 pour un rendement coupon de 1,8%, de sorte que nous passons à Conserver sur la valeur, sans en recommander l'achat à ce stade.