

COMMUNIQUE DE PRESSE

Nantes, 22 octobre 2026

Activité du 3ème trimestre et des 9 premiers mois de 2026

À fin septembre: -10,9% YtD en LfL

Ventes du 3ème trimestre : -21.0% LfL, impactées par des ruptures temporaires de stock et des promotions limitées

Objectif d'économies brutes de 30M€ confirmé pour 2026 abaissant durablement le seuil de rentabilité

Baisse des ventes dans l'ensemble des canaux et zones géographiques

- Au troisième trimestre 2026, Maisons du Monde a enregistré un recul de 21,0% de ses ventes nettes à périmètre comparable, portant la baisse à 10,9% sur les neuf premiers mois de l'année.
- Des contraintes de disponibilité des produits dues à des retards temporaires de livraison ont fortement impacté les ventes.
- Le repli concerne l'ensemble des canaux de distribution (-18% en magasin et -30% en ligne) et des zones géographiques (-21% en France et -22% à l'international).
- Cette situation s'inscrit dans un environnement de consommation toujours difficile : depuis le début de l'année, la fréquentation des magasins en France recule de 4% (panel Retail Int) et les ventes du marché français du meuble de 5 % (IPEA). Dans ce contexte, l'évolution du chiffre d'affaires reflète également la discipline commerciale maintenue par le Groupe pour préserver son taux de marge brute.

Des mesures engagées pour relancer l'activité tout en préservant la rentabilité et la trésorerie dans ce contexte difficile

- Mobilisation autour de l'expérience Client se traduisant par une progression de 10,8% du Net Promoter Score (NPS) global entre 2023 et 2026.
- Coopération étroite avec les fournisseurs pour assurer un retour à la normale des livraisons progressivement tout au long du quatrième trimestre.
- Amélioration de la dynamique commerciale dans les mois à venir : les initiatives marketing sont intensifiées pour générer du trafic en magasin et en ligne, tandis que la disponibilité des produits devrait être normalisée d'ici la fin de l'année.
- En même temps, une attention stricte portée sur la protection de la rentabilité et de la trésorerie :
 - La stricte gestion de l'activité promotionnelle a contribué à soutenir la marge brute.
 - Les mesures de réduction des coûts se sont davantage matérialisées au cours du T3. Le Groupe confirme son objectif de 30 millions d'euros d'économies brutes sur l'année, atténuant les effets du recul de l'activité.
 - Poursuite de la baisse structurelle des stocks, accentuée par les retards temporaires de livraisons.

François-Melchior de Polignac, PDG, a commenté : "Comme anticipé, nos performances du troisième trimestre reflètent un environnement de la distribution durablement difficile, accentué par des contraintes temporaires de disponibilité des produits. Dans ce contexte très exigeant, nous agissons sur les leviers sous notre contrôle. Nous améliorons résolument notre rentabilité potentielle en abaissant notre seuil de rentabilité grâce au déploiement de nos initiatives de réduction des coûts, au maintien d'une stricte discipline sur les marges et à la préservation de notre trésorerie. Nous abordons le quatrième trimestre avec une grande détermination, une meilleure disponibilité de nos produits et des initiatives marketing ciblées pour relancer la fréquentation."

VENTES POUR LE 3^{ÈME} TRIMESTRE ET LES 9 PREMIERS MOIS DE 2026

€ en millions	Q3 25	Q3 26	% Variation	YTD'25	YTD'26	% Variation
GMV Groupe	257,5	211,8	(17,7%)	770,5	695,1	(9,8%)
Ventes	224,7	176,3	(21,5%)	669,2	589,1	(12,0%)
Ventes à périmètre constant	5,9%	(21,0%)		(4,4%)	(10,9%)	
Ventes par zone géographique						
France	120,5	95,1	(21,%)	359,8	318,5	(11,5%)
% des ventes	53,6%	53,9%	0,3ppt	53,8%	54,1%	0,3ppt
International	104,1	81,2	(22,0%)	309,5	270,6	(12,6%)
% des ventes	46,4%	46,1%	(0,3ppt)	46,2%	45,9%	(0,3ppt)
Ventes par canal de distribution						
Réseau de magasins	163,6	133,7	(18,3%)	483,0	436,1	(9,7%)
% des ventes	72,8%	75,9%	3,0ppt	72,2%	74,0%	1,9ppt
Ventes en ligne	61,0	42,6	(30,3%)	186,3	153,0	(17,9%)
% des ventes	27,2%	24,1%	(3,0ppt)	27,8%	26,0%	(1,9ppt)
Ventes par catégories de produits						
Décoration	120,7	95,9	(20,6%)	352,9	306,5	(13,1%)
% des ventes	53,7%	54,4%	0,7ppt	52,7%	52,0%	(0,7ppt)
Meubles	104,0	80,4	(22,7%)	316,4	282,6	(10,7%)
% des ventes	46,3%	45,6%	(0,7ppt)	47,3%	48,0%	0,7ppt

Détails des ventes du troisième trimestre 2026

Au troisième trimestre de 2026, **les ventes nettes du Groupe s'élèvent à 176,3 millions d'euros**, portant les 9 premiers mois de l'année à 589,1 millions d'euros.

Les ventes en magasin ont diminué de -18,3 %, et de -17,3 % à périmètre constant.

Les ventes en ligne ont atteint 42,6 millions d'euros, en déclin de 30,3 %. Cette contraction globale reflète des dynamiques divergentes : alors que les ventes du Web MdM ont chuté de 35 %, la Marketplace a fait preuve de résilience, limitant son déclin à 4 %. De plus, la performance numérique a été impactée par un ajustement tactique des dépenses en publicité sur les moteurs de recherche (SEA) durant le trimestre.

Les deux catégories de produits (Meuble et Déco) ont toutes les deux baissé, avec la **Décoration** en baisse de 20,6 % et le **Meuble** en déclin de 22,7 %. Le segment du Meuble s'est avéré être plus sensible aux contraintes temporaires de disponibilité des produits du

trimestre, ainsi qu'à la diminution de l'intensité promotionnelle du Groupe.

D'un point de vue géographique, les marchés français et internationaux ont suivi une trajectoire globalement similaire. Les ventes en **France** se sont établies à 95,1 millions d'euros (-21,1%), tandis que les ventes à **l'International** ont atteint 81,2 millions d'euros (-22,0%).

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.

Agenda financier

Les prochaines dates de publication seront annoncées sur le site Internet du Groupe.

À propos de Maisons du Monde

Maisons du Monde est l'acteur de référence de la maison inspirante, accessible et durable. L'enseigne propose une gamme riche et constamment renouvelée de meubles et d'accessoires de décoration dans une multiplicité de styles. S'appuyant sur un modèle omnicanal hautement performant et un accès direct aux consommateurs, le Groupe réalise plus de 50 % de ses ventes à travers sa plateforme digitale, et opère dans 8 pays européens.

corporate.maisonsdumonde.com

Contacts

Relations investisseurs

Denis Lamoureux
Tel: (+33) 6 46 35 09 95
dlamoureux@maisonsdumonde.com

Relations presse

Pierre Barbe
Tel: (+33) 6 23 23 08 51
pbarbe@maisonsdumonde.com

Michelle Kamar
Tel : (+33) 6 09 24 42 42
michelle@source-rp.com