



Fédérateur de 794 magasins dans 12 pays (2,14 Md€ de volume d'affaires en 2016)

## Activité 2016<sup>(1)</sup>

### Un exercice dédié au lancement et à la première étape du plan stratégique REBOND

Orléans, le 15 février 2017

- Chiffre d'affaires consolidé : 523,6 M€ (- 1,1 %)
- Poursuite du désendettement : - 12,2 M€ sur l'exercice
- Surperformance de l'enseigne Mr. Bricolage en France<sup>(2)</sup>

Mr. Bricolage SA, fédérateur du commerce indépendant de proximité pour l'aménagement et la décoration de la maison et du jardin, a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 523,6 M€ en 2016.

« Lors de l'exercice écoulé, nous nous sommes avant tout consacrés à la mise en place du plan stratégique REBOND. Décisif pour notre futur commun, il va insuffler une nouvelle dynamique au sein du Groupe et de notre réseau d'adhérents-entrepreneurs. Dès son lancement le 16 novembre dernier, toutes nos équipes se sont impliquées, avec le soutien de nos adhérents, dans la phase de retour aux fondamentaux préalable au déploiement de notre plan stratégique à partir de juin 2017. Déjà, des premières étapes ont été franchies avec succès pour préparer le renouvellement de notre offre, l'accélération de notre transformation digitale et l'optimisation de notre organisation », explique Christophe Mistou, Directeur Général de Mr. Bricolage.

### Première étape du plan REBOND : retour aux fondamentaux

Avec le plan stratégique REBOND, Mr. Bricolage renoue avec le modèle économique à l'origine de son succès depuis 1964 en recentrant son activité sur les Services aux réseaux afin de faire entrer le Groupe et ses adhérents-entrepreneurs dans une nouvelle dynamique de croissance.

Au second semestre 2016, Mr. Bricolage a lancé la première étape de REBOND : le retour aux fondamentaux. Cette étape préparatoire au déploiement du plan à partir de juin 2017 est consacrée à :

- la rationalisation de ses gammes de produits,
- le retour aux basiques du e-commerce et au renforcement de l'équipe expérience client,
- la mise en place du chantier d'uniformisation des systèmes d'informations,
- le redimensionnement de son parc de magasins intégrés.

---

(1) Sur la base de chiffres non audités.

(2) Surperformance de 0,9 point de l'enseigne Mr. Bricolage à magasins comparables en France par rapport à l'indice Banque de France du marché des Grandes Surfaces de Bricolage (GSB) qui est en recul de 0,3 % à fin décembre 2016 en glissement annuel.

Pour accompagner la mise en oeuvre du plan stratégique REBOND, **Christophe Mistou**, Directeur Général, a renforcé le Comité de Direction en recrutant trois directeurs :

**Philippe Cibois** s'est vu confier la Direction du Concept et du Développement. Auparavant Directeur Merchandising Groupe de Kingfisher, il a une solide expérience tant du merchandising que des concepts commerciaux qu'il mettra en oeuvre pour renforcer le potentiel de performance de Mr. Bricolage à court terme et accélérer le plan de développement du réseau en France comme à l'international.

**Chantal Guilmain** a été nommée Directrice Digital et Expérience Client. Précédemment Directrice du Développement Produit chez Kingfisher, elle s'est par ailleurs illustrée en tant que Directrice du Marketing Client de Castorama France en lançant la stratégie marketing clients cross-canal et en créant un service client centralisé. Elle est chargée de la transformation digitale de Mr. Bricolage visant l'excellence dans l'expérience client.

**Jean-François Lacour**, précédemment Directeur du Développement Commercial du Groupe Lapeyre en charge de 136 magasins, a été nommé Directeur des Réseaux. Responsable du pilotage de l'ensemble des réseaux de magasins intégrés et adhérents, il a pour mission de mettre en oeuvre une dynamique régionale de cohésion en capitalisant sur les fondamentaux de Mr. Bricolage depuis ses origines : l'esprit entrepreneurial, l'ancrage local et la proximité clients.

## Activité consolidée 2016

en M€	31.12.2016	31.12.2015	Variation annuelle	S2 2016	Variation S2
<b>Chiffre d'affaires Commerces</b>	<b>344,4</b>	<b>343,4</b>	<b>+ 0,3 %</b>	<b>172,0</b>	<b>+ 2,8 %</b>
Ventes des magasins intégrés	331,7	332,7	- 0,3 %	166,9	+ 2,5 %
E-commerce <sup>(a)</sup>	12,6	10,7	+ 18,4 %	5,1	+ 14,2 %
<b>Chiffre d'affaires Services aux réseaux</b>	<b>179,2</b>	<b>186,1</b>	<b>- 3,7 %</b>	<b>81,3</b>	<b>- 7,8 %</b>
Ventes de marchandises	115,8	117,7	- 1,6 %	51,7	- 5,5 %
Ventes de prestations	63,4	68,4	- 7,3 %	29,5	- 11,7 %
<b>Total chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>523,6</b>	<b>529,5</b>	<b>- 1,1 %</b>	<b>253,3</b>	<b>- 0,9 %</b>

en M€

<b>Dette financière nette</b>	<b>66,6<sup>(b)</sup></b>	<b>78,7</b>	<b>- 12,2</b>
-------------------------------	---------------------------	-------------	---------------

(a) Le poste « e-commerce » intègre uniquement les ventes livrées à domicile. Les ventes en ligne effectuées en retrait 2 h via les 252 sites locaux sont constatées dans le chiffre d'affaires des magasins concernés.

(b) La dette financière nette au 31/12/2016 tient compte des décaissements liés aux acquisitions des magasins de Thouars et Arles à hauteur de 6,7 M€ et du reclassement de la dette financière nette en activité à céder à hauteur de 0,7 M€ concernant le magasin de Laroque-des-Albères.

## Activité Commerces

### – Magasins intégrés

Au 31 décembre 2016, le parc de magasins détenus en propre compte 87 points de vente implantés en France, dont 83 sous enseigne Mr. Bricolage (4 400 m<sup>2</sup> en moyenne) et 4 sous enseigne Les Briconautes (2 400 m<sup>2</sup> en moyenne).

Annoncé le 16 novembre 2016, le plan de redimensionnement du parc qui a pour objectif d'accélérer la cession des magasins aux adhérents-entrepreneurs prévoit :

- la cession en l'état d'une trentaine de magasins d'ici fin 2018 ;
- la cession ultérieure d'une trentaine de magasins dont l'activité va être redynamisée grâce à un programme d'investissements (dont 13 M€ en 2017) ;
- le projet de fermeture d'ici fin 2017 de 17 magasins en situation critique.

Outre la liquidation des stocks des 17 magasins dont la fermeture est projetée, Mr. Bricolage a lancé dans chacun de ses magasins intégrés un plan de déstockage massif des produits à taux de rotation très faible<sup>(3)</sup> afin de préparer la mise en place des nouvelles gammes de produits.

Débutée fin 2016, la sélection des adhérents candidats à l'acquisition de magasins intégrés, a commencé à se concrétiser avec la cession le 10 janvier 2017 du magasin Les Briconautes de Laroque-des-Albères (Pyrénées-Orientales) qui passera sous enseigne Mr. Bricolage en mars 2017.

Les acquisitions de 2 magasins menées au 1<sup>er</sup> semestre et les opérations de déstockage ont contribué au chiffre d'affaires consolidé du second semestre 2016 des magasins intégrés. Sur l'exercice, il s'établit à 331,7 M€ (- 0,3 % à surfaces courantes et - 2, 7 % à magasins comparables).

#### – E-commerce

Au second semestre 2016, Mr. Bricolage a amorcé son retour aux basiques du e-commerce avec une équipe dédiée à l'expérience client renforcée, la préparation de la refonte du site mr-bricolage.fr et du repositionnement de l'offre du site le-jardin-de-catherine.com.

Sur l'exercice, les sites nationaux (mr-bricolage.fr, le-jardin-de-catherine.com, la-maison-de-catherine.com) ont accru leur fréquentation de 2,6 à 2,8 millions de visiteurs uniques en moyenne mensuelle, leurs ventes livrées à domicile progressant de 18,4 % à 12,6 M€.

#### Activité Services aux Réseaux

Le chiffre d'affaires de l'activité de Services aux réseaux s'élève à 179,2 M€ sur l'exercice 2016. Son repli de 3,7 % est consécutif à la baisse des volumes d'affaires et d'achats liée en particulier à la sortie de magasins affiliés au deuxième semestre 2016 ainsi qu'à la non récurrence des facturations spécifiques à l'anniversaire des 35 ans de Mr. Bricolage célébré au premier semestre 2015.

La plus forte intégration des adhérents-entrepreneurs au cœur du processus de décision du Groupe dans le cadre de comités et de commissions spécialisés a notamment permis d'explorer des premières pistes pour la redéfinition de l'offre en termes de gammes de produits et de prix quels que soient le canal concerné, la stratégie promotionnelle et les formats de magasins.

#### Poursuite du désendettement

Grâce à un meilleur pilotage des approvisionnements et à une politique volontariste de déstockage des produits à faible taux de rotation, les stocks des magasins intégrés ont pu être réduits de près de 9 %. Cette évolution contribue à la baisse du besoin en fonds de roulement (BFR) de 12,5 M€ sur l'exercice 2016. Ainsi, l'endettement net du Groupe a diminué de 12,2 M€ pour s'établir à 66,6 M€<sup>(4)</sup> au 31 décembre 2016. Sur les trois dernières années, le Groupe s'est au total désendetté de 51,7 M€.

---

(3) Les produits à taux de rotation très faible sont les produits vendus moins de 2 fois dans l'année.

(4) La dette financière nette au 31/12/2016 tient compte des décaissements liés aux acquisitions des magasins de Thouars et Arles à hauteur de 6,7 M€ et du reclassement de la dette financière nette en activité à céder à hauteur de 0,7 M€ concernant le magasin de Laroque-des-Albères.

## Impact du plan REBOND sur les résultats 2016

Comme annoncé, le montant des provisions, liées à la redéfinition de l'offre commerciale et au redimensionnement du parc de magasins intégrés, est estimé à environ 65 M€ nets d'impôts et impactera les résultats consolidés 2016.

## Volume d'affaires des réseaux

<i>Volume d'affaires TTC</i> <i>en M€</i>	S2 2016 Var. à m. comp. vs S2 2015	31.12.2016	Variation à surfaces courantes	Variation à magasins comparables <sup>(c)</sup>	Nombre de magasins
<b>Ventes en magasins</b>	<b>+ 0,6 %</b>	<b>2 125,3</b>	<b>- 1,0 %</b>	<b>+ 0,1 %</b>	<b>794</b>
dont France <sup>(a)</sup>	+ 0,7 %	1 889,6	- 0,7 %	+ 0,4 %	723
dont International <sup>(b)</sup>	- 0,1 %	235,7	- 2,8 %	- 2,1 %	71
<b>E-commerce<sup>(d)</sup></b>	<b>+ 21,6 %</b>	<b>16,8</b>	<b>+ 23,4 %</b>	<b>+ 23,4 %</b>	<b>-</b>
<b>Total</b>	<b>+ 0,7 %</b>	<b>2 142,1</b>	<b>- 0,8 %</b>	<b>+ 0,3%</b>	<b>794</b>

(a) Dont 342 magasins sous enseigne Mr. Bricolage, 116 magasins sous enseigne Les Briconautes et 265 magasins affiliés sous enseignes indépendantes

(b) 71 magasins sous enseigne Mr. Bricolage dans 11 pays : Andorre (1), Belgique (46), Bulgarie (11), Chypre (1), Colombie (1), Macédoine (1), Madagascar (1), Maroc (4), Maurice (2), Roumanie (1) et Uruguay (2).

(c) Variations calculées sur la base de tous les magasins Mr. Bricolage, d'un panel de 57 magasins Les Briconautes et de 19 affiliés.

(d) Le poste « e-commerce » intègre les ventes livrées à domicile et les ventes retirées dans les magasins relais-colis Mr. Bricolage.

## Les réseaux : 794 magasins en France et dans le monde sous les enseignes Mr. Bricolage et Les Briconautes et sous enseignes indépendantes

### – France

Dans un marché des Grandes Surfaces de Bricolage (GSB) en régression de 0,3 % en 2016<sup>(5)</sup>, le volume d'affaires à magasins comparables des réseaux sous enseigne et affiliés progresse de 0,4 %. Les magasins adhérents de l'enseigne Mr. Bricolage continuent de surperformer le marché avec une croissance de leur chiffre d'affaires de 1,1 % à magasins comparables.

Sur l'exercice 2016, l'enseigne Mr. Bricolage a ouvert cinq magasins et en a agrandi cinq, tandis que l'enseigne Les Briconautes a opéré trois ouvertures.

Le e-commerce (ventes livrées à domicile et ventes retirées dans les relais-colis du réseau Mr. Bricolage) bénéficie des premières actions d'optimisation de l'expérience client et d'enrichissement de l'offre. Il progresse de 23,4 % à 16,8 M€ en 2016.

### – International

Au 31 décembre 2016, le réseau international compte 71 magasins Mr. Bricolage dans 11 pays.

En Belgique, premier pays d'implantation avec 46 magasins réalisant 55 % du volume d'affaires total, l'enseigne a renoué avec la croissance au second semestre limitant ainsi le repli de son activité à 1,9 % sur l'exercice. En 2016, le réseau a ouvert un magasin et en a agrandi trois.

(5) Recul de 0,3% de l'indice Banque de France du marché des Grandes Surfaces de Bricolage (GSB) à fin décembre 2016 en glissement annuel.

En Bulgarie, deuxième pays d'implantation avec 11 magasins réalisant 12 % du volume d'affaires total, l'enseigne clôt l'année avec une activité en hausse de 0,4%.

Après la fermeture de deux magasins en Roumanie et à Madagascar au quatrième trimestre, le volume d'affaires à l'international s'établit à 235,7 M€ au 31 décembre 2016.

**Le Groupe publiera ses résultats annuels le 15 mars 2017 après Bourse.**

### **A propos du Groupe Mr. Bricolage (chiffres au 31 décembre 2016)**

Le Groupe Mr. Bricolage, qui développe les enseignes à forte notoriété Mr. Bricolage et Les Briconautes, est le spécialiste du commerce indépendant en bricolage de proximité en France avec 723 points de vente, sous enseignes ou affiliés. A l'international, le Groupe est implanté dans 11 autres pays avec 71 magasins.

Mr. Bricolage SA (MRB - FR0004034320) est coté sur le compartiment C de Euronext Paris et fait notamment partie des indices Euronext PEA-PME 150 et CAC All Shares.

Mr. Bricolage SA est éligible au PEA-PME.



#### **Mr. Bricolage**

**Eve Jondeau**

Directrice de la communication financière

Tél : 02 38 43 21 88

eve.jondeau@mrbricolage.fr

#### **Calyptus**

**Marie-Anne Garigue / Grégory Bosson**

Relations presse et investisseurs

Tél : 01 53 65 68 63 / 37 90

mrbricolage@calyptus.net

Retrouvez toute l'information du Groupe Mr. Bricolage sur : [www.mr-bricolage.com](http://www.mr-bricolage.com)