

Un exercice 2016 dédié au lancement et à la 1^{ère} étape du plan REBOND



Présentation des résultats 2016
15 mars 2017



Un exercice dédié au lancement et à la 1^{ère} étape du plan REBOND

Objectif : faire entrer le Groupe et ses adhérents-entrepreneurs
dans une nouvelle dynamique de croissance

Sommaire



1. Le Groupe Mr. Bricolage
2. Le marché en France
3. Activité 2016 des réseaux
4. Un exercice dédié au lancement de REBOND
5. Comptes consolidés 2016 de Mr. Bricolage SA
6. Perspectives
7. Bourse
8. Annexes

A woman with long brown hair, wearing a red long-sleeved top, is shown in profile, focused on painting a landscape on a canvas. She is holding a paintbrush. The canvas is on an easel, and another framed painting is visible in the background. A red speech bubble containing the text 'Le Groupe Mr. Bricolage' is overlaid on the right side of the image.

Le Groupe Mr. Bricolage

Le Groupe Mr. Bricolage en bref

**Fédérateur du commerce indépendant de proximité
pour l'aménagement et la décoration de la maison et du jardin**

Au cœur d'un réseau de 794 magasins dans 12 pays
réalisant 2,14 Md€ de volume d'affaires en 2016

Mr. Bricolage Une enseigne de proximité forte : 88% de notoriété⁽¹⁾

Les Briconautes Une enseigne d'hyper proximité



Le cœur de métier, les services aux réseaux

Une organisation au service du développement des magasins :
Mr. Bricolage, Les Briconautes et affiliés sous enseignes indépendantes



Un parc de 87 magasins intégrés en France



Les adhérents, actionnaires historiques majoritaires

65,6% du capital et 74,3% des droits de vote de Mr. Bricolage SA au 31/12/16
suite à la réorganisation de l'actionnariat majoritaire en juillet 2016

(1) Notoriété spontanée et assistée, source : Baromètre Ifop de notoriété de l'enseigne Mr. Bricolage
sur ses cibles de consommateurs (avril 2016)

Les réseaux de magasins

794 magasins dans 12 pays pour 2,14 Md€ de volume d'affaires TTC ⁽¹⁾

Mr.Bricolage



France

259 magasins adhérents

83 magasins intégrés

International (11 pays)

71 magasins adhérents

dont :

46 en Belgique

11 en Bulgarie

Les Briconautes



France

112 magasins adhérents

4 magasins intégrés

Affiliés
sous leur propre enseigne



France

265 magasins affiliés

Fort maillage du territoire français et développement à l'international

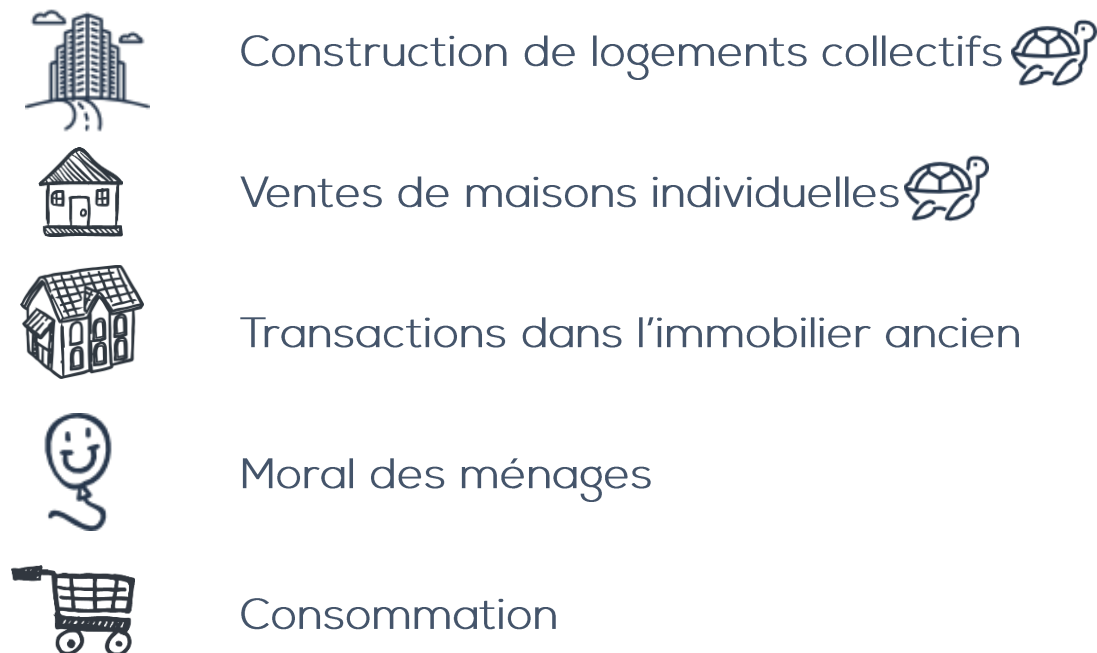
A woman with short brown hair, wearing a plaid shirt, is painting a white wooden window frame with a blue-handled brush. The background shows green foliage and a wooden wall. A red speech bubble is overlaid on the image.

Le marché en France

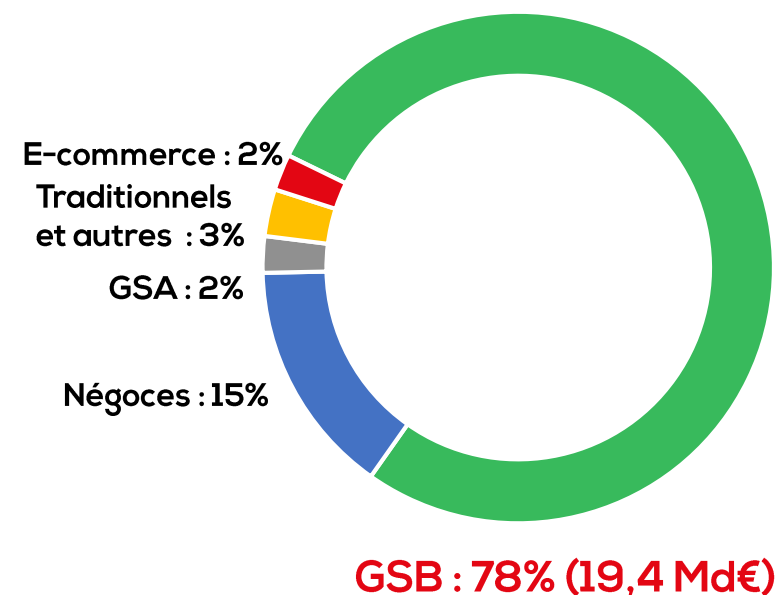
Le marché du bricolage : 25 Md€⁽¹⁾

1^{er} marché de l'équipement de la maison

Les déterminants du marché



Les différents canaux de distribution⁽¹⁾



L'activité des GSB, N°1 du marché, uniquement portée par l'effet parc⁽²⁾

(1) Etude Unibal 2015, dernière étude disponible

(2) + 1,9% pour le marché des GSB en 2015, + 2,1% pour les surfaces de vente – idem 2014 (Etude Unibal 2015)

Effet retard

Le marché des GSB

Nouveau recul du marché à magasins comparables⁽¹⁾

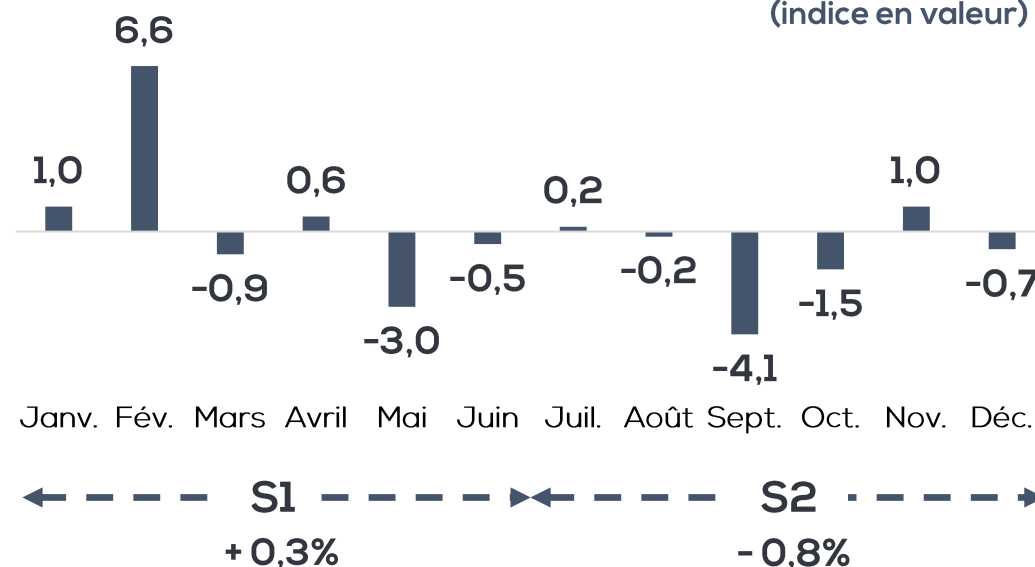
Intensification de la concurrence

Discount
Leaders généralistes et spécialistes e-commerce

Bouleversement des habitudes de consommation

Généralisation du digital
Économie de l'usage

Activité des GSB en 2016 : - 0,3%
versus - 0,2% en 2015⁽¹⁾
(indice en valeur)



Poursuite de la surperformance des magasins adhérents Mr. Bricolage : + 1,4 point en 2016⁽²⁾

(1) Source : indice Banque de France du marché des GSB en France à magasins comparables

(2) + 1,1% de surperformance annuelle moyenne du chiffre d'affaires cumulé des adhérents Mr. Bricolage à magasins comparables (source Mr. Bricolage) dans un marché en baisse de -0,3% (indice Banque de France)

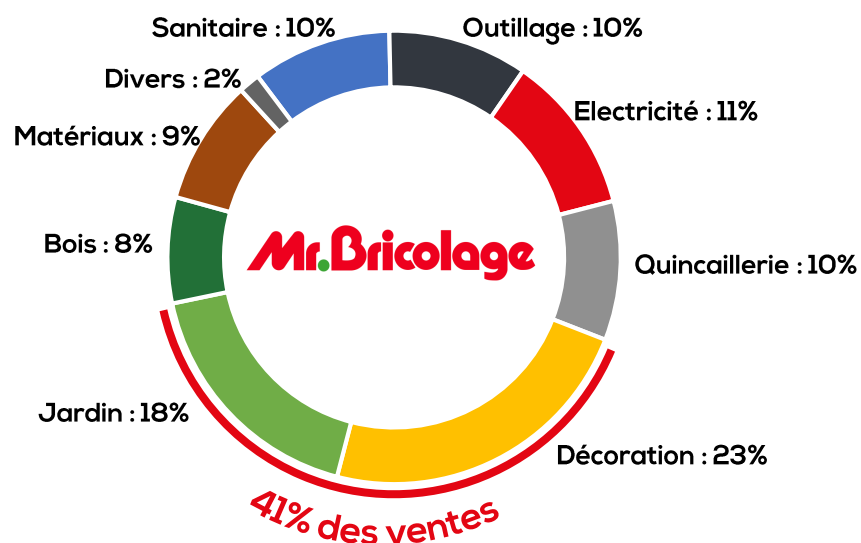
Le Groupe sur son marché

Groupe Mr. Bricolage, N°3 des GSB avec 9,9% de parts de marché (en 2015)

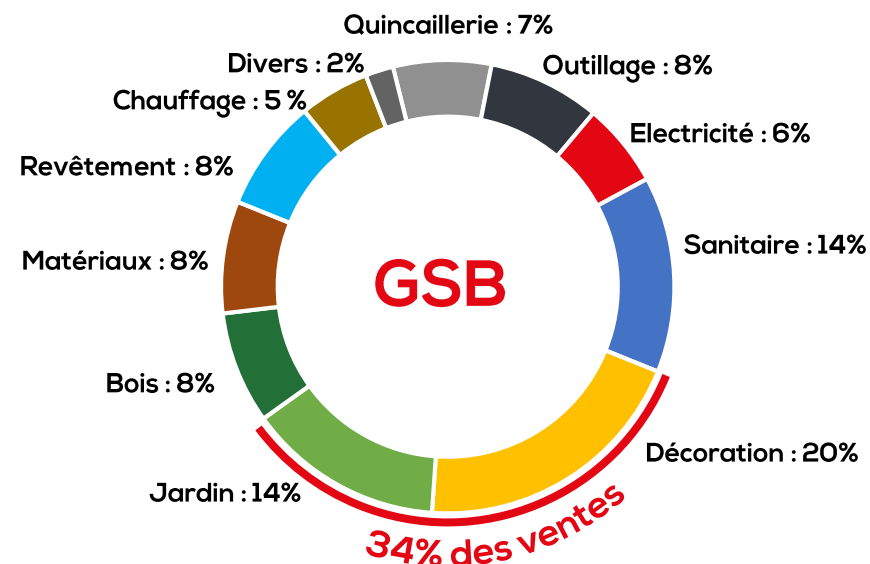
La décoration et le jardin, points forts de l'enseigne Mr. Bricolage

Des caractéristiques inhérentes au positionnement de l'enseigne

- Proximité
- Implantation dans les zones rurales et villes moyennes très denses en habitat individuel



Les principaux rayons du marché des GSB⁽¹⁾



(1) Source : Etude Unibal 2015, dernière étude disponible – Retraitement de la décoration = décoration + peinture



**Activité 2016
des réseaux**

Volume d'affaires des réseaux

Stabilité de l'activité des réseaux

Volume d'affaires TTC en M€	31.12.2016	Variation à surfaces courantes	Variation à magasins comparables ⁽¹⁾
Ventes en magasins	2 125,3	- 1,0%	+ 0,1%
<i>dont France</i>	1 889,6	- 0,7%	+ 0,4%
Mr. Bricolage	1 401,5	+ 0,7%	+ 0,6%
Les Briconautes	233,7	- 1,1%	- 1,5%
Affiliés	254,4	- 7,4%	+ 0,7%
<i>dont International</i>	235,7	- 2,8%	- 2,1%
E-commerce	16,8	+ 23,4%	+ 23,4%
Total	2 142,1	- 0,8%	+ 0,3%

France

Activité portée par les magasins
sous enseigne Mr. Bricolage

- Nouvelle surperformance des adhérents :
+ 1,1% à magasins comparables

International

Recul de l'activité

- Retour à la croissance de la Belgique (55% du volume d'affaires) au S2 : - 1,9% sur l'exercice
- Fermeture au T4 de 2 magasins : Roumanie, Madagascar

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

A man and a woman are smiling and measuring a light blue wall. The man is holding a yellow pencil and the woman is holding a yellow ruler. They are both looking at the wall with interest.

**Un exercice dédié au
lancement de REBOND**

Plan REBOND : l'activité historique de Mr. Bricolage SA revient au centre de son modèle économique

Les services aux réseaux à l'origine du succès de Mr. Bricolage depuis 1964



Centrale de référencement

Sélection produits / fournisseurs
Négociation conditions d'achat



Services logistiques

Livraison hebdomadaire au détail
(plateforme intégrées)
Livraison gros volumes
(plateformes externalisées)



Services support

Systèmes d'informations
Communication
Digital et expérience clients
Aide au développement



Animation des réseaux

Les 3 piliers du plan REBOND

L'enjeu : renforcer l'attractivité de l'enseigne pour faire entrer le Groupe et ses adhérents dans une nouvelle dynamique de croissance

Une nouvelle vision à l'horizon 2020
Un "vision lab" pour la co-construire

Offre

+

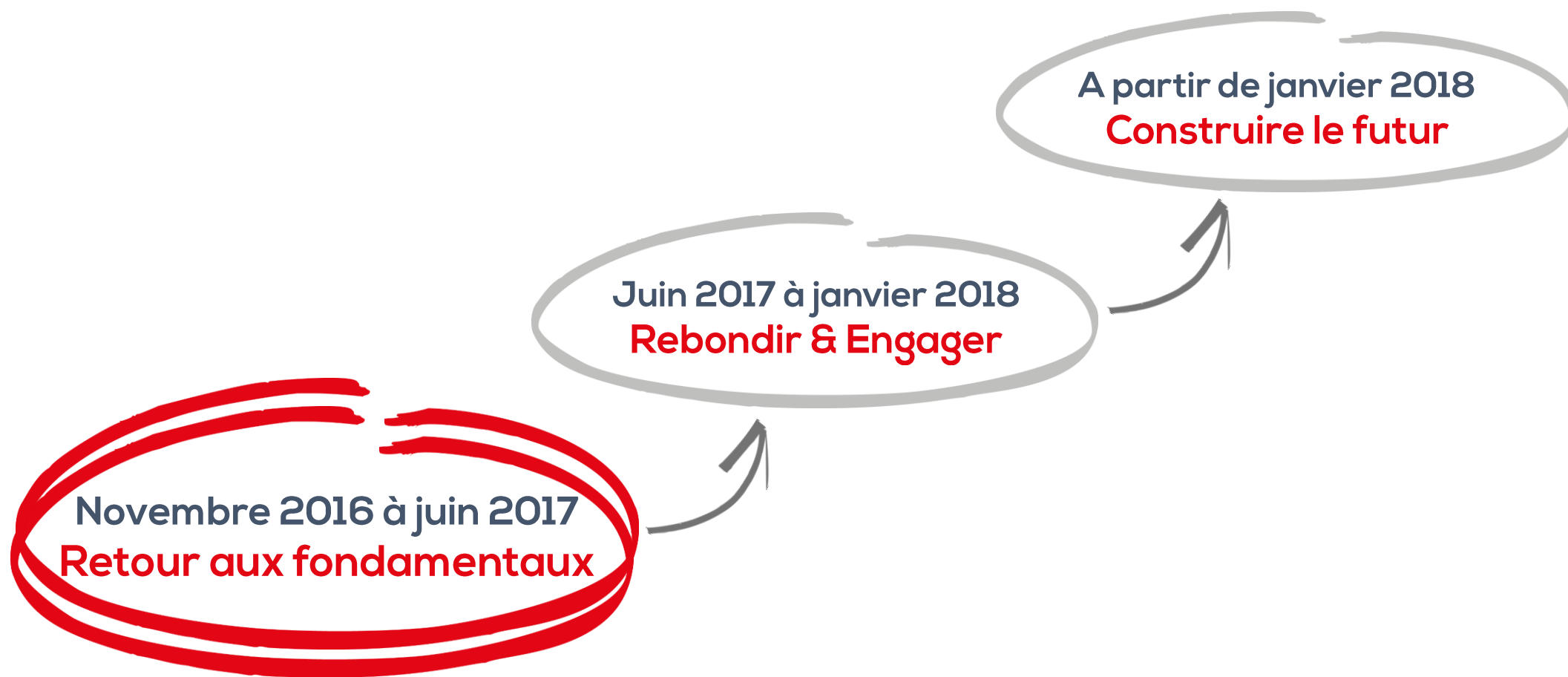
Digital

+

Organisation

Lancement de la 1^{ère} étape de REBOND au S2 2016

Le retour aux fondamentaux,
étape préparatoire au déploiement de REBOND à partir de juin 2017

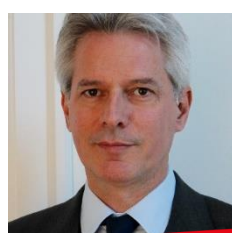


Un Comité de Direction renforcé opérationnel pour le déploiement du plan REBOND

Une équipe renouvelée composée d'experts aux talents complémentaires



Paul Cassignol
Président



Christophe Mistou
Directeur Général



Eric Bilhaut
Directeur Financier
et SI



Richard Letourmy
Secrétaire Général



Hervé Onfray
Directeur
Commercial



Françoise Devoucoux
Directrice
Ressources Humaines



Chantal Guilmain
Directrice Digital
et Expérience clients



Philippe Cibois
Directeur Concept et
Développement



Jean-François Lacour
Directeur Réseaux

Le retour aux fondamentaux

Quatre chantiers lancés simultanément au S2 2016



Préparation de l'accélération de la transformation digitale



Mise en place du plan d'uniformisation des systèmes d'informations



Redimensionnement du parc de magasins intégrés

- Projet de fermeture de magasins en situation critique
- Plan de cession d'une soixantaine de magasins intégrés selon deux horizons de temps



Rationalisation des gammes de produits

Préparation de l'accélération de la transformation digitale

252 magasins connectés au 31/12/2016
CA TTC e-commerce : + 23,4% en 2016

Digital : retour aux basiques du e-commerce



Evolution de mr-bricolage.fr

Décembre 2016 : d'un site national vers des sites locaux

- Géolocalisation obligatoire pour le client (choix d'un site local)
- Elargissement de l'offre locale grâce à l'offre nationale au prix national (stock national)



Repositionnement de l'offre le-jardin-de-catherine.com

Refonte du site en mars 2016 pour le démarrage de la pleine saison

Mise en place d'une offre axée sur l'expertise dans le jardin

- Différenciante par rapport aux offres de Mr. Bricolage et du marché

Expérience client : renforcement de l'équipe



Recrutements d'experts

- Réorganisation complète
- Fluidification des process de traitement des demandes
- Nouveaux outils

1,0 M€ de coûts de transfert en 2016

Mise en place du plan d'uniformisation des systèmes d'informations

**Objectif : 330 magasins équipés
des mêmes solutions d'ici fin 2018**

- Gestion commerciale
- Proposition de commandes
- Encaissement



Démarrage du chantier 46 magasins équipés fin 2016

Rythme de migration : 1 magasin/semaine au S1 2017 puis accélération au S2 2017



Les 3 composantes des systèmes d'informations

- Optimisation et fiabilisation du pilotage des achats, stocks, ruptures pour les magasins et le Groupe
- Déploiement d'une solution d'encaissement évolutive
- Unification des solutions de gestion omnicanale des 3 entrepôts

Le redimensionnement du parc de magasins intégrés (1/2)



Projet de fermeture de magasins en situation critique en 2017 Etat des lieux confirmé en 2016

CA HT = 33,1 M€ (10% CA magasins intégrés, 1,8% CA des réseaux)
ROC = - 6,0 M€ (41% ROC magasins intégrés)

Projet de calendrier des fermetures

Avril : 5 magasins

Août : 11 magasins

Décembre : 1 magasin

Projet de suppression de 235 postes sur les 2 501⁽¹⁾ collaborateurs du Groupe

Dialogue social approfondi avec les représentants du personnel

Solutions favorisant le repositionnement professionnel individualisé

Projet de liquidation des stocks

34,7 M€ de provisions brutes⁽²⁾ sur 2016

(1) Au 31 décembre 2016

(2) Soit 25,6 M€ de provisions nettes d'impôts

Le redimensionnement du parc de magasins intégrés (2/2)

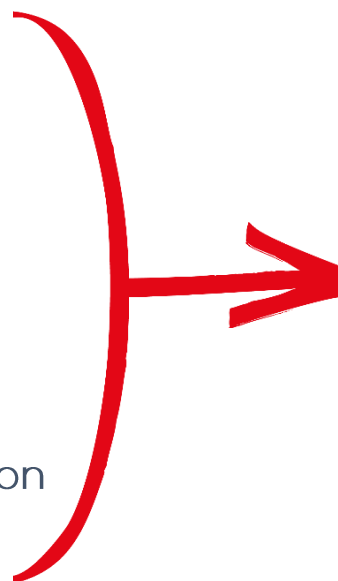
Plan de cession de magasins intégrés aux adhérents-entrepreneurs

**Une trentaine de magasins cessibles
en l'état d'ici 2019**

sans investissement préalable

**Une trentaine de magasins cessibles
ultérieurement**

13 M€ d'investissements de redynamisation
commerciale prévus cette année



**En 2016, valorisation
des magasins cédés
pris unitairement
vs approche par concept**

27,2 M€ de provisions⁽¹⁾ brutes⁽²⁾ sur 2016

(1) Incluant principalement des dépréciations de fonds de commerce

(2) Soit 26,8 M€ de provisions nettes d'impôts

La rationalisation des gammes de produits

Optimisation des stocks préparant la redéfinition de l'offre :
renouvellement de 25% des gammes / an à partir de 2018

2015



Stocks

40% de produits à taux
de rotation très faible

2^{ème} semestre 2016

déstockage
massif
-10,4 M€

31/12/2016

Valeur de réalisation
revue à la baisse pour
faciliter l'écoulement
rapide des stocks



**Stock ramené à sa valeur
de réalisation**

si valeur de réalisation
inférieure à son coût d'achat

23,5 M€ de provisions brutes ⁽¹⁾ sur 2016

(1) Soit 15,5 M€ de provisions nettes d'impôts

A photograph of a middle-aged man with grey hair and a beard, wearing a blue polo shirt and a grey apron. He is holding a green garden hose with a spray nozzle, spraying water towards the right. He is standing in a garden with various green plants, including tall corn stalks on the left and leafy plants on the right. The background shows a clear blue sky with some light clouds and a hint of a house on the right.

Comptes consolidés 2016 de Mr. Bricolage SA

Chiffre d'affaires consolidé



Chiffre d'affaires HT en M€	31.12.2016	31.12.2015	Variation annuelle
Chiffre d'affaires Services aux réseaux	179,2	186,1	- 3,7%
Ventes de marchandises	115,8	117,7	- 1,6%
Ventes de prestations	63,4	68,4	- 7,3%
Chiffre d'affaires Commerces	344,4	343,4	+ 0,3%
Ventes des magasins intégrés	331,7	332,7	- 0,3%
E-commerce ⁽¹⁾	12,6	10,7	+ 18,4%
Total chiffre d'affaires consolidé	523,6	529,5	- 1,1%

Services aux réseaux

Baisse des volumes d'affaires et d'achats

- Sortie de magasins affiliés au S2 2016
- Non-récurrence des facturations spécifiques à l'anniversaire des 35 ans célébré au S1 2015

Commerces

Hausse de l'activité des magasins intégrés au S2 : + 2,5% à surfaces courantes

- Recul de - 10,8% du CA des magasins en projet de fermeture
- Opérations de déstockage massif au S2
- 2 acquisitions de magasins menés au S1

Croissance de l'activité e-commerce

- 2,8 M visiteurs uniques / mois en 2016
vs 2,6 M en 2015

(1) 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.

Compte de résultat consolidé (1/3)

Résultat opérationnel courant

En M€	31/12/2016	31/12/2015	% variation
Chiffre d'affaires consolidé	523,6	529,5	- 1,1%
EBITDA	27,2	36,3	- 25,1%
Résultat opérationnel courant	13,6	21,0	- 35,0%
dont Services aux réseaux	30,8	32,9	- 6,3 %
dont Commerces	(17,2)	(12,0)	- 43,8%

Services aux réseaux

Limitation de l'impact
du repli du chiffre d'affaires

- Effet dollar positif sur la marge des produits sourcés

Commerces

Magasins intégrés

- Dégradation de la marge commerciale liée au lancement du plan de déstockage massif des produits à taux de rotation très faible
- Intensification de la concurrence
- Aggravation des pertes des magasins en projet de fermeture

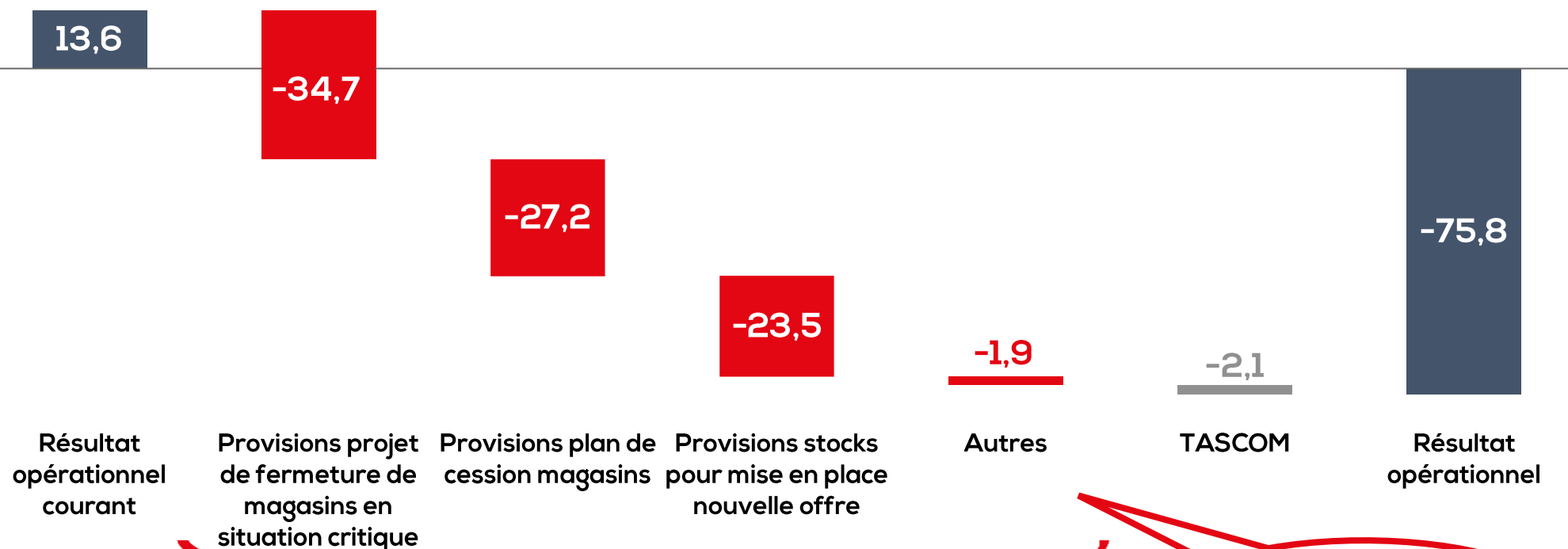
E-commerce : priorité au retour à la croissance de l'activité

- Renforcement de l'équipe
- Préparation de l'évolution des sites

Compte de résultat consolidé (2/3)

Un fort impact lié à la mise en place du plan REBOND

en M€



Impact du plan REBOND :
87,3 M€ de provisions
soit 69,2 M€ nets d'impôts

Transfert e-commerce : - 1,0 M€
Honoraires REBOND : - 0,9 M€

Compte de résultat consolidé (3/3)



En M€	31/12/2016	31/12/2015	% variation
Provisions spécifiques au plan		–	–
REBOND	(87,3) ⁽¹⁾		
TASCOM	(2,1)		
Résultat opérationnel	(75,8)	21,0	–
Résultat financier	(2,7)	(4,1)	+ 33,7%
Résultat avant impôts	(78,5)	16,8	–
Contribution des SME	1,0	0,8	+ 17,1%
Impôts	12,2	(8,1)	–
Résultat net des activités cédées	(0,2)	0	–
Résultat net part du Groupe	(65,2)	9,6	–

Résultat financier

Baisse des charges financières

- Réduction de la dette financière nette

Résultat net

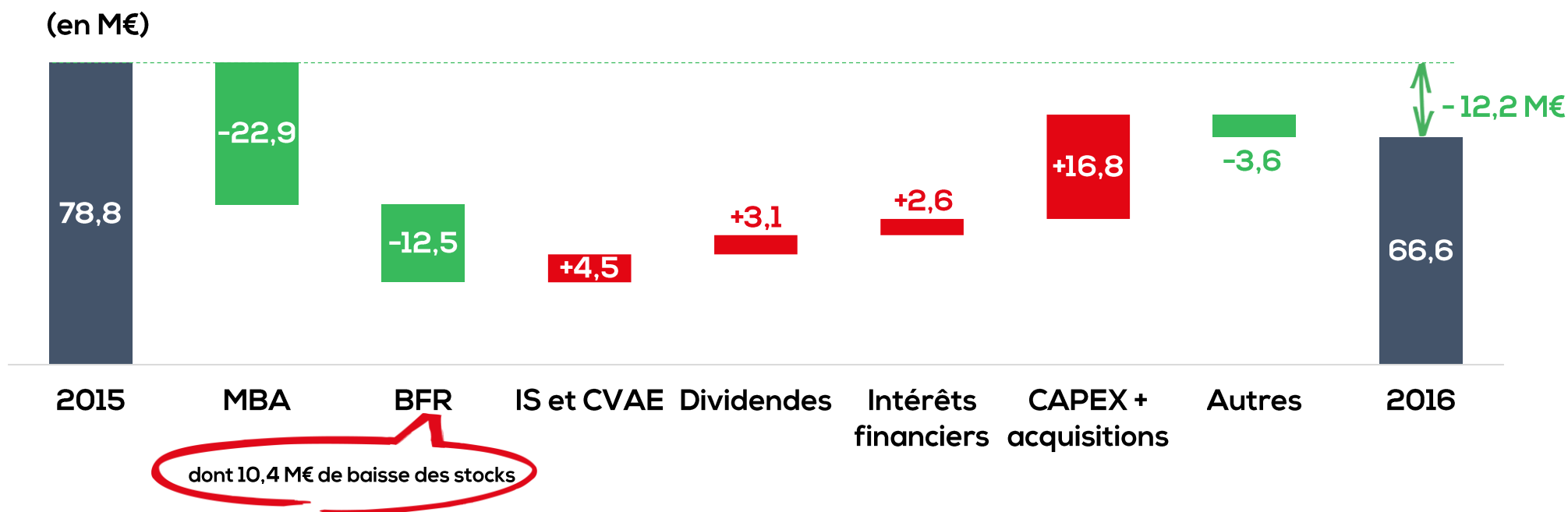
Economie d'IS limitant l'impact du plan REBOND

- dont 18,2 M€ d'économie d'impôts liées au plan REBOND

(1) Soit 69,2 M€ nets d'impôts

Dette financière nette

Réduction de 12,2 M€ l'endettement financier net en 2016



Dette financière nette = 66,6 M€



Diminution de 51,7 M€
sur 3 ans

Gearing = 34%



Amélioration de 14 points
sur 3 ans

Bilan simplifié 2016

en M€

Actif	2016	2015	Variation	Passif	2016	2015	Variation
Actifs non courants	285,5	306,5	- 20,9	Capitaux propres groupe	195,0	263,1	- 68,1
dont écarts d'acquisition	182,5	209,4	- 26,9	Intérêts minoritaires	- 0,4	0,0	- 0,3
dont immobilier	42,5	42,8	- 0,2	Total capitaux propres	194,6	263,1	- 68,4
dont autres instruments financiers ⁽¹⁾	6,6	3,8	2,8				
Actifs circulants	206,8	243,5	- 36,7				
dont stocks ⁽²⁾	106,7	143,8	- 37,1	Dettes financières ⁽¹⁾	79,3	96,4	- 17,1
dont clients	69,8	70,0	- 0,2	Autres passifs	231,2	206,3	24,9
Disponibilités et placements ⁽¹⁾	6,2	13,9	- 7,7	dont dettes fournisseurs	85,1	84,2	0,8
Actifs destinés à être cédés	7,4	5,1	2,3	Passifs destinés à être cédés	0,7	3,2	- 2,5
dont immobilier	2,4	5,1	- 2,7				
TOTAL ACTIF	505,9	569,0	- 63,1	TOTAL PASSIF	505,9	569,0	- 63,1

(1) la dette financière nette s'établissant à 66,6 M€ fin 2016 est la différence entre les dettes financières au passif et, à l'actif, les disponibilités et placements ainsi que les autres instruments financiers

(2) dont 30,2 M€ de stocks Services aux réseaux et 76,5 M€ de stocks Commerces en 2016



Perspectives

Perspectives du plan REBOND à l'horizon 2020



— 2017 - 2019 ————— 2020 —————→

Forte génération de trésorerie

55 M€ de ressources prévues réallouées en priorité :

- À la redynamisation des magasins destinés à être cédés
- Au développement des services aux réseaux



Redémarrage du développement des réseaux

- Hausse de la rentabilité des magasins
- Entrée de nouveaux adhérents



Nouvelle dimension de Mr. Bricolage SA

- Croissance du CA Services aux réseaux
- Croissance du CA e-commerce
- Baisse du CA Magasins intégrés
Objectif : ROP à l'équilibre

+ volume d'affaires des réseaux

+ résultat
+ rentabilité opérationnelle
+ rentabilité des capitaux investis

Perspectives du plan REBOND pour 2017

Confirmation du calendrier du plan REBOND

Transformation digitale

- mr-bricolage : refonte du site + 100% des magasins visibles sur Internet
- le-jardin-de-catherine.com : repositionnement de l'offre + réseaux comme points relais

Déploiement de l'uniformisation des systèmes d'informations

Redimensionnement du parc de magasins intégrés

Projet de fermeture des magasins en situation critique

Bonne marche du plan de cession d'une trentaine de magasins d'ici 2019

- Vente du magasin Les Briconauts de Laroque-des-Albères (Pyrénées-Orientales) en janvier 2017
- Cession de plusieurs magasins dans les prochaines semaines

Rationalisation de l'offre

- Amélioration des conditions d'achat



Périmètre d'activité redimensionné

Retour à la croissance du résultat opérationnel courant

Poursuite du programme de désendettement

En conclusion

**Une première étape
qui donne les moyens
de la nouvelle vision de Mr. Bricolage**

RV fin juillet 2017 lors de la présentation des résultats semestriels

**Notre objectif :
créer de la valeur pour le Groupe**



Bourse

Le titre en Bourse

Caractéristiques de l'action

Code ISIN : FR0004034320
Code mnémonique : MRB
Nombre de titres : 10 387 755
Cours au 14/03/2017 : 11,95 €
Capitalisation boursière : 124 M€

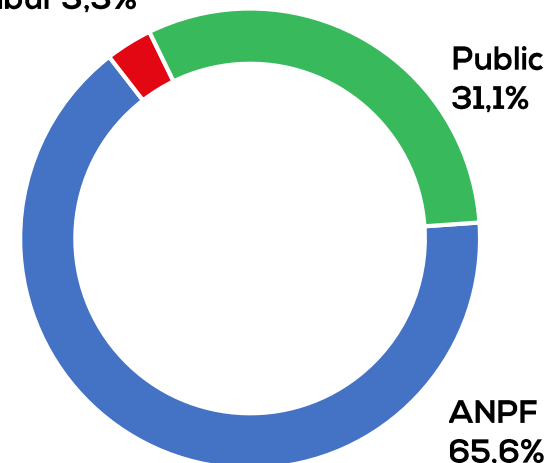
Eligible PEA-PME

Indices

Enternext PEA-PME 150
CAC All Shares

Actionnariat (au 31/12/2016)

Michel Tabur 3,3%



ANPF
65,6%
(Adhérents Mr. Bricolage)

SIMB
57,9%

SIFA
5,4%

SIFI
1,9%

ANPF
0,4%



Retrouvez l'information financière du Groupe Mr. Bricolage sur :
www.mr-bricolage.com



Annexes

Tableau des flux de trésorerie

en M€	31/12/2016	31/12/2015
Marge brute d'autofinancement	22,9	33,0
Variation BFR	12,5	7,8
– <i>stocks</i>	10,4	-0,6
– <i>clients</i>	0,3	11,6
– <i>fournisseurs</i>	0,5	-5,3
– <i>autres</i>	1,3	2,0
Charge d'impôts courant décaissée	-4,5	-6,3
Investissements nets	-16,8	-11,3
Free cash flow	14,1	23,2
Dividendes	-3,1	-4,1
Acquisition d'actions propres nettes des cessions	-0,1	-0,1
Variation de l'endettement	-17,2	-20,7
Variation des autres passifs financiers	0,4	-0,6
Charges d'intérêt décaissées nettes des produits	-2,6	-2,9
Variation de trésorerie	-7,8	-5,2
Trésorerie à l'ouverture	13,9	19,1
Trésorerie à la clôture	6,2	13,9

Mr.Bricolage sa

Eve JONDEAU
Tel : 02 38 43 50 00
eve.jondeau@mrbricolage.fr

CALYPTUS

Marie-Anne Garigue – Grégory Bosson
01 53 65 68 63 – 01 53 65 37 90
mrbricolage@calyptus.net