



## Résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2020

Orléans, le 23 septembre 2020 à 18h00 - Mr.Bricolage SA, fédérateur du commerce indépendant de proximité pour l'embellissement de la maison et du jardin, publie ses résultats semestriels 2020 (1<sup>er</sup> janvier au 30 juin 2020) arrêtés par le Conseil d'administration réuni ce 23 septembre 2020.

- Sur un marché français en recul de -8,5% en valeur à fin juin 2020<sup>(1)</sup> en liaison avec la crise sanitaire, les réseaux français du Groupe surperforment le marché de +13 points soit une progression de +4,5% (à magasins comparables et à surfaces courantes) et attirent un nombre croissant de nouveaux entrepreneurs (786 magasins contre 708 au 31/12/2019). **Au global, avec 855 magasins contre 778 au 31/12/2019, le volume d'affaires enregistre une progression à magasins comparables de +5,6% et de +5,1% à surfaces courantes.**
- Au cours de ce 1<sup>er</sup> semestre, le Groupe a définitivement terminé le plan de cessions de ses magasins intégrés, initié fin 2018 pour opérer un recentrage sur son cœur de métier "Services aux réseaux". Sur les 65 magasins intégrés initiaux, 60<sup>(2)</sup> ont été cédés, dont près de 85% d'entre eux à des adhérents Mr.Bricolage, et 5 magasins ont fermé, faute de solution de reprise pérenne (Brive La Gaillarde (19), Orléans (45), Lexy (54), Montereau-Fault-Yonne (77) et La-Roche-sur-Yon (85)). Ainsi, le Groupe clôt ce 1<sup>er</sup> semestre 2020 reconfiguré à 100% sur une activité "Services aux réseaux" dédiée au développement de la performance de ses adhérents et de ses affiliés. **Ce nouveau départ se traduit par la hausse de +19,6% du chiffre d'affaires consolidé "Services aux réseaux" et le retour à la rentabilité avec un résultat net de +6,8 M€.**

*« Nous sommes en passe d'achever le plan stratégique REBOND, entamé fin 2016 pour moderniser l'enseigne et reconfigurer le Groupe. Les résultats que nous présentons attestent d'une part de la pertinence du recentrage sur notre cœur de métier "Services aux réseaux", et d'autre part, de l'efficacité de la transformation ambitieuse mise en œuvre à tous les niveaux du Groupe depuis 4 ans. Le travail accompli par toutes les équipes a été remarquable. Il se poursuit. Au-delà du dynamisme des réseaux dont nous pouvons être fiers dans un contexte économique difficile, la situation financière de Mr.Bricolage se rétablit : elle va nous permettre de développer plus avant la compétitivité des points de vente et d'investir dans leur développement. En cette année anniversaire de nos 40 ans, les performances atteintes en pleine crise sanitaire attestent de la réactivité et de l'agilité d'un Groupe résolument tourné vers l'avenir et entièrement dédié à la réussite de ses adhérents-entrepreneurs au sein du marché porteur du bricolage, de l'embellissement de la maison et du jardin »* a déclaré Christophe Mistou, directeur général du Groupe Mr.Bricolage.

(1) Source : Banque de France

(2) 59 magasins intégrés ont été cédés au 30 juin 2020. Le magasin de Saint-Paul-lès-Dax a été cédé le 20 juillet 2020 portant à 60 le nombre de magasins intégrés cédés sur les 65 que comptait le Groupe au 31 décembre 2018.

## I - FAITS MARQUANTS DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2020

### 1. Croissance du volume d'affaires et développement du réseau

A fin juin 2020, les réseaux adhérents et affiliés en France et à l'international comptent 855 magasins, contre 778 à fin décembre 2019. Cela représente un solde net de 77 nouveaux points de vente en 6 mois avec notamment 12 magasins précédemment exploités sous une enseigne concurrente dans le sud-est de la France qui ont rejoint Mr.Bricolage début janvier. La croissance des réseaux conforte l'ambition d'atteindre 1000 points de vente à horizon 2028, soutenue par une stratégie de développement structurée, et souligne l'attractivité renforcée d'une enseigne assainie et dont la modernisation se poursuit. Ensemble, ces 855 magasins représentent un volume d'affaires global d'environ 1 056 M€, en hausse de +4,7% à surfaces courantes et de +5,6% à magasins comparables.

Dans un marché français en chute de -8,5%<sup>(1)</sup>, les réseaux du Groupe Mr.Bricolage en France (786 magasins contre 708 à fin décembre) surperforment le marché de +13 points soit une progression de +4,5% à magasins comparables et à surfaces courantes. La reprise des 50<sup>(3)</sup> magasins anciennement intégrés par des adhérents-entrepreneurs Mr.Bricolage se déroule dans de bonnes conditions : les indicateurs économiques et financiers (performance commerciale, fréquentation, etc.) sont prometteurs.

A l'international, avec un volume d'affaires de 141,8 M€, la progression est de +8,7% à surfaces courantes et de +11,5% à magasins comparables : elle résulte principalement d'une forte croissance des ventes en Belgique (+18,5% à surfaces courantes et +19,5% à magasins comparables).

Concernant les ventes e-commerce, la baisse affichée est liée à la fermeture du site *Le Jardin de Catherine* fin 2019, à la finalisation du plan de cessions et à la fermeture des entrepôts dédiés au web pendant la période de confinement. Cette tendance ne reflète pas la forte progression des ventes en *click and collect* (retrait 2h) sur le site [www.mr-bricolage.fr](http://www.mr-bricolage.fr), intégrée au volume d'affaires des magasins en France. Avec 95% des magasins Mr.Bricolage connectés à la plateforme e-commerce, la stratégie du Groupe orientée "Web-to-store" a largement fait ses preuves durant ce 1<sup>er</sup> semestre. Tout au long de cette période, les équipes du digital se sont mobilisées pour accompagner les adhérents et dimensionner la plateforme e-commerce afin de faire face à la hausse du trafic. Un travail approfondi sur la *Vision client 360* a également été initié durant cette période et se poursuit au 2<sup>nd</sup> semestre.

<b>Volume d'affaires TTC</b> <i>en M€</i>	<b>Nombre de magasins</b>	<b>S1 2020</b>	<b>Variation à surfaces courantes</b>	<b>Variation à magasins comparables</b>
<b>Ventes en magasins</b>	<b>855</b>	<b>1 053,8</b>	<b>+5,1%</b>	<b>+5,6%</b>
- France	786	912,0	+4,5%	+4,5%
- International	69	141,8	+8,7%	+11,5%
<b>Ventes globales hors magasins intégrés</b>	<b>854</b>	<b>1 049,2</b>	<b>+7,7%</b>	<b>+5,6%</b>
<b>Ventes e-commerce (hors <i>click-and-collect</i>)</b>	-	<b>2,1</b>	<b>-59,1%</b>	<b>NA</b>
<b>Total</b>	<b>855</b>	<b>1 055,9</b>	<b>+4,7%</b>	<b>+5,6%</b>

(3) Au 30 juin 2020, 49 magasins intégrés sur les 65 initiaux ont été repris sous enseigne Mr.Bricolage. La reprise du magasin de Saint-Paul-lès-Dax par un adhérent le 20 juillet porte ce chiffre à 50.

## 2. Finalisation du plan de cessions des magasins intégrés et recentrage sur l'activité "Services aux réseaux"

Au 20 juillet 2020<sup>(4)</sup>, le Groupe a finalisé son recentrage sur son activité cœur de métier "Services aux réseaux". Sur les 65 magasins intégrés au 31 décembre 2018, 60 ont été repris, 50 d'entre eux par des adhérents Mr.Bricolage déjà engagés au sein du réseau et des nouveaux entrepreneurs désireux de rejoindre l'enseigne. Les magasins de Brive-la-Gaillarde (19), Lexy (54), Montereau-Fault-Yonne (77) et La-Roche-sur-Yon (85) n'ont pas rouvert après le confinement<sup>(5)</sup>. Alors qu'il faisait l'objet d'un projet de fermeture, le magasin d'Allonne (60) a été repris sous l'enseigne Mr.Bricolage.

A ce recentrage s'ajoute la mise en œuvre d'un plan de Transformation de grande ampleur initié il y a deux ans pour accompagner collaborateurs du siège, adhérents et équipes magasins dans l'évolution de leurs métiers et de leurs compétences. Dès le début du second semestre, l'organisation du travail pour les effectifs du siège a été revue en profondeur et offre aujourd'hui davantage de souplesse et d'autonomie aux collaborateurs dans la gestion et la réalisation de leurs missions quotidiennes.

## 3. Mise en œuvre du concept 4 piliers

Le concept de magasin qui s'articule autour des 4 piliers du commerce (Entraide, Livraison, Solutions Inventiv et Fonds de maison) poursuit son implémentation au sein du réseau. A ce jour, 21 magasins Mr.Bricolage ont installé le concept 4 piliers qui incarne le positionnement de proximité de Mr.Bricolage. Une trentaine de projets de modernisation sont actuellement prévus pour la fin de l'année 2020 et l'année 2021.

## 4. Mise en œuvre des opérations commerciales autour des 40 ans du Groupe

Conformément à la feuille de route du plan REBOND, le renouvellement des gammes et l'uniformisation des systèmes d'information se poursuivent. Ils s'accompagnent d'une communication renforcée autour des 40 ans de l'enseigne avec une nouvelle campagne publicitaire qui valorise la relation unique de proximité que Mr.Bricolage entretient avec ses clients depuis 1980. Diffusées à la télévision et à la radio depuis la mi-juin, plusieurs saynètes expriment avec humour et affection la compréhension et l'écoute dont font preuve chaque jour les conseillers Mr.Bricolage avec leurs clients.

## 5. Gestion de la crise sanitaire liée au coronavirus

Le Groupe Mr.Bricolage s'est organisé rapidement pour s'adapter aux besoins de ses réseaux et les accompagner dans la mise en place des mesures sanitaires. La très grande majorité des adhérents-entrepreneurs se sont mobilisés pour assurer la poursuite de leur activité et répondre aux besoins de leurs clients en mettant en place des solutions d'accueil et/ou de retraits de commandes. Soutenus par une communication très régulière du Groupe sur le contexte législatif et l'évolution des consignes sanitaires, et par la continuité des services achats, logistiques et supports essentiels, les magasins des réseaux Mr.Bricolage ont largement surperformé le marché sur ce semestre. Le Groupe reste très vigilant quant à l'évolution du contexte sanitaire et continuera à mettre en œuvre les mesures adaptées pour protéger ses collaborateurs et ses clients.

## 6. Transfert sur Euronext Growth Paris

Suite à l'approbation de l'Assemblée générale du 22 janvier 2020, à la décision du Conseil d'administration du même jour et à l'approbation de l'Euronext Listing Board le 24 février 2020, l'admission des actions ordinaires de la société Mr.Bricolage sur Euronext Growth Paris a été effectuée le 24 mars 2020 sous le même code ISIN FR0004034320 et le mémo ALMRB.

---

(4) 59 magasins intégrés ont été cédés au 30 juin 2020. Le magasin de Saint-Paul-lès-Dax a été cédé le 20 juillet 2020 portant à 60 le nombre de magasins intégrés cédés sur les 65 que comptait le Groupe au 31 décembre 2018.

(5) le magasin d'Orléans avait également été fermé début 2020.

## II - RÉSULTATS DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2020

Suite au transfert sur Euronext Growth Paris fin mars 2020, les états financiers du 1<sup>er</sup> semestre ne sont plus audités par les Commissaires aux comptes.

### Normes comptables

En conséquence de l'application de la norme IFRS 5 " Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées" le secteur "Commerces" n'est plus présenté à compter de 2020. Ainsi, les activités maintenues sont constituées uniquement de l'activité "Services aux Réseaux". La comparaison du total "Chiffre d'affaires consolidé" n'est donc pas représentative de la performance du Groupe. Seule l'évolution du chiffre d'affaires consolidé de l'activité "Services aux réseaux", détaillée ci-après, est pertinente.

<b>Comptes consolidés simplifiés, en M€</b>	<b>30/06/2020</b> Publié IFRS 5	<b>30/06/2019</b> Publié IFRS 5	<b>Variation</b> comparable
Chiffre d'affaires consolidé	134,5	145,7	-7,7%
- dont Services aux réseaux	134,5	112,5	+19,6%
- dont Commerces	0,0	33,2	-100,0%
<b>EBITDA</b>	<b>16,9</b>	<b>10,4</b>	<b>+63,4%</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>11,4</b>	<b>1,0</b>	<b>+1053,0%</b>
- dont Services aux réseaux	11,4	6,7	+68,7%
- dont Commerces	0,0	(5,7)	-100,0%
Autres produits et charges opérationnels non courants	(0,1)	(3,3)	+95,8%
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>11,2</b>	<b>(2,3)</b>	<b>+587,6%</b>
<b>Résultat financier</b>	<b>(2,5)</b>	<b>(2,0)</b>	<b>-24,9%</b>
Contribution des SME	0,0	(0,1)	+121,1%
Impôts sur les résultats	(2,7)	(0,8)	-
<b>Résultat après impôt des activités maintenues</b>	<b>6,0</b>	<b>(5,3)</b>	<b>+214,0%</b>
Résultat après impôt des activités abandonnées	0,8	(3,4)	-
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>6,8</b>	<b>(8,7)</b>	-
- dont quote-part du Groupe	6,8	(8,7)	-
- dont quote-part des minoritaires	NS	NS	-

### Chiffre d'affaires consolidé

<i>En M€</i>	<b>30/06/2020</b> Publié IFRS 5	<b>30/06/2019</b> Publié IFRS 5	<b>Variation</b> comparable
<b>Chiffre d'affaires Services aux réseaux</b>	<b>134,5</b>	<b>112,5</b>	<b>+19,6%</b>
<b>Ventes de marchandises</b>	<b>97,5</b>	<b>77,7</b>	<b>+25,5%</b>
<b>Ventes de prestations</b>	<b>36,9</b>	<b>34,8</b>	<b>+6,2%</b>
Commerces (activité arrêtée à compter de 2020)	0,0	33,2	-100,0%
Total chiffre d'affaires consolidé	134,5	145,7	-7,7%

Le chiffre d'affaires consolidés des activités maintenues, le cœur de métier historique "Services aux réseaux", s'élève à 134,5 M€ pour ce 1<sup>er</sup> semestre 2020. La croissance de 19,6% par rapport au 30 juin 2019 s'explique par :

- la hausse de 19,8 M€ (+25,5%) des ventes de marchandises du fait de la croissance des réseaux, des changements de gammes, du développement de la marque propre Inventiv plébiscitée par les clients, et de l'ouverture des entrepôts aux points de vente Briconautes et affiliés ;
- la hausse de 2,1 M€ (+6,2%) des prestations de services liée à l'augmentation du volume d'affaires et d'achats des points de vente des réseaux.

## Résultat opérationnel courant / Résultat opérationnel

Dans la lignée des améliorations enregistrées depuis le 2<sup>nd</sup> semestre 2019, fruits du plan REBOND et de l'accélération du plan de cessions, le résultat opérationnel courant ressort à 11,4 M€, contre 1,0 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2019.

En l'absence d'opération non courante (0,1 M€) le résultat opérationnel est de 11,2 M€, contre (2,3) M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2019. L'effectif du Groupe Mr.Bricolage (hors magasins intégrés) a été dimensionné pour répondre aux besoins de l'activité "Services aux réseaux" avec 493 collaborateurs à fin juin 2020 (siège et entrepôts). Après plusieurs exercices difficiles, le Groupe dégage une marge opérationnelle de 8,3% pour ce 1<sup>er</sup> semestre. La nette amélioration des équilibres de gestion liée à l'arrêt de l'activité "Commerces" et aux efforts déployés pour adapter l'organisation à sa nouvelle dimension et optimiser les opérations est en ligne avec les attentes du Groupe. Elle va permettre de réduire progressivement l'endettement tout en continuant à soutenir efficacement le développement de ses adhérents et de ses réseaux.

## Résultat net

Le résultat financier s'établit à (2,5) M€ pour ce 1<sup>er</sup> semestre 2020, il reflète principalement l'évolution de la marge sur taux d'intérêt dans le cadre du contrat de crédit syndiqué mis en place en 2019. Compte tenu d'une charge d'impôt de (2,7) M€ le résultat après impôt des activités maintenues est de 6,0 M€, contre une perte de (5,3) M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2019. Tenant compte du résultat après impôt des activités abandonnées pour 0,8 M€, le résultat net de l'exercice ressort à 6,8 M€, contre (8,7) M€ à fin juin 2019.

## Endettement net

Au 30 juin 2020, le Groupe a utilisé sa capacité de tirage dans le cadre du contrat de crédit du 16 octobre 2019 et sa dette financière nette ressort à 94,7 M€ contre 78,6 M€ à fin 2019. La hausse est principalement liée à la saisonnalité des achats concentrés sur le 1<sup>er</sup> semestre, entraînant une hausse du besoin en fonds de roulement. Celui-ci est amplifié cette année par les effets de la crise sanitaire : la forte concentration des ventes sur la fin du semestre a décalé les encaissements au 2<sup>ème</sup> semestre 2020. Dans ce contexte la trésorerie du Groupe s'élève à 20,1 M€ incluant l'utilisation de la ligne de découvert de 3,0 M€, conformément aux attentes du Groupe. Les fonds propres sont de 31,9 M€ à fin juin 2020, contre 25,0 M€ à fin décembre 2019, en liaison avec l'amélioration des résultats.

Pour mémoire, suite à l'accord avec les partenaires bancaires concernant l'aménagement du contrat de crédit syndiqué signé le 16 octobre 2019, la maturité de l'ensemble des concours bancaires de Mr.Bricolage SA a été reportée à décembre 2026 (au lieu de décembre 2023 pour la plus grande partie des concours). A l'exception du crédit revolving de 40 M€ qui est remboursable in fine fin décembre 2026, la dette sera amortie selon un échéancier très progressif à compter de décembre 2022 et aucun covenant ne s'applique avant mi 2022.

## III – PERSPECTIVES 2020

Les résultats très satisfaisants de ce 1<sup>er</sup> semestre 2020 sont le fruit de (1) la mobilisation des adhérents-entrepreneurs dans le contexte de crise sanitaire qui ont pleinement rempli leur rôle d'acteurs majeurs de la proximité et de la serviabilité et (2) des efforts déployés pour adapter l'organisation à sa nouvelle dimension et renforcer l'efficacité des opérations. Ils entérinent la réussite du plan REBOND.

Le Groupe Mr.Bricolage a démontré sa réactivité et son agilité dans cette période incertaine et poursuit avec confiance la mise en œuvre de sa feuille de route :

- L'optimisation continue des services aux réseaux et le développement accéléré des actions créatrices de valeur : renouvellement de l'offre et des outils de gestion des prix, uniformisation des systèmes d'information, maintien des investissements marketing sur la marque Inventiv et le trafic magasin, transformation de la stratégie digitale et déploiement de la nouvelle plateforme de services aux clients ;
- Le développement du réseau de magasins sous enseignes et affiliés pour réaliser l'ambition d'atteindre 1000 points vente en 2028 ;
- La Transformation et la nouvelle organisation du travail portées par les équipes du siège ;
- Le déploiement et la mise en œuvre du concept 4 piliers au sein du réseau.

## **A PROPOS DU GROUPE MR.BRICOLAGE**

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. Au 30 juin 2020, le Groupe compte 855 points de vente, sous enseignes ou affiliés, dont 69 magasins répartis à l'international dans 9 pays. Mr.Bricolage SA est coté Euronext Growth Paris (code ISIN FR0004034320 - ALMRB).

## **CONTACTS PRESSE**

- Presse corporate
  - Anne-Claire Moyer, Mr.Bricolage – [anne-claire.moyer@mrbricolage.fr](mailto:anne-claire.moyer@mrbricolage.fr)
  - Louise Chaulin - [louise.chaulin@gmail.com](mailto:louise.chaulin@gmail.com) – 07 83 35 96 93
- Presse financière & investisseurs
  - Marie Calleux, Calyptus – [mrbricolage@calyptus.net](mailto:mrbricolage@calyptus.net) – 01 53 65 68 68