



GROUPE
Mr. Bricolage

Résultats annuels
2015

Préambule

Une nouvelle gouvernance
pour mettre en œuvre les nouvelles orientations stratégiques

Le Président



Paul Cassignol

Président de Mr Bricolage SA depuis le 9 septembre 2015
Président de l'ANPF depuis le 24 juin 2015
Propriétaire 5 magasins Mr.Bricolage
Adhérent depuis 1996
Ingénieur Ecole Nationale Supérieure Chimie Toulouse
Diplômé de l'ESC Toulouse

Le Directeur Général



Christophe Mistou

Directeur Général de Mr Bricolage SA depuis le 1^{er} mars 2016
Responsable du sourcing et offre marques propres de Kingfisher
Administrateur et Directeur commercial de Castorama
Licence de Sciences Economiques

Dissociation des fonctions de Président et Directeur Général

décidée lors du Conseil d'administration du 9 septembre 2015

Nomination du Directeur Général

décidée lors du Conseil d'administration du 29 février 2016

Sommaire

- 
1. Présentation du Groupe Mr Bricolage
 2. Le marché en France
 3. Activité des réseaux
 4. Activité de Mr Bricolage
 5. Comptes consolidés 2015
 6. Les perspectives
 7. La Bourse
 8. Annexes



Présentation du Groupe Mr.Bricolage

Le fédérateur du commerce indépendant en bricolage de proximité

Deux marques complémentaires

- Mr.Bricolage
- Les Briconautes

Une activité Commerces

- Un réseau en propre de 85⁽¹⁾ magasins en France
- Une activité e-commerce pour générer du trafic et des ventes dans les magasins Mr.Bricolage

Une activité Services aux Réseaux

- pour les réseaux de magasins (intégrés, adhérents et affiliés)
- pour les partenaires dans le cadre de la massification des achats

Des participations minoritaires à l'international

dans certains réseaux de magasins

- Principalement en Belgique et Bulgarie

Chiffres clés consolidés

529,5 M€ de chiffre d'affaires 2015

2 553 collaborateurs (effectif moyen)

130 M€ de capitalisation boursière

42,6 % du capital détenu par les adhérents de Mr.Bricolage

→ Au cœur d'un réseau de 838 magasins

(1) 81 magasins Mr.Bricolage + 4 magasins Les Briconautes

3 offres complémentaires



Deux enseignes et le statut d'affilié



Enseigne à forte notoriété

- Le conseil : des collaborateurs disponibles et compétents spécialement formés
- Une offre adaptée localement
- Des prix dans la norme du marché
- Le service : programme de fidélité, carte de financement, pose à domicile, location de matériel, service info clients, tutoriels...
- La proximité : villes moyennes et leur zone de chalandise
- Des sites de vente en ligne
- Des magasins de taille moyenne : 3 000 m² (adhérents et intégrés)



Enseigne à notoriété locale

- Le conseil : des collaborateurs disponibles et compétents spécialement formés
- Une offre axée sur l'outillage, la quincaillerie, l'électricité et le jardinage, adaptée localement
- Des prix dans la norme du marché
- Le service : carte de fidélité
- L'hyper-proximité : petites villes et zones rurales
- Des magasins de petit format : 1 600 m²

Les affiliés

- Des commerçants indépendants *en bricolage et jardinage*
- Sans enseigne ou sous leur propre enseigne

Les réseaux du Groupe



838 magasins à fin 2015 – volume d'affaires TTC : 2,16 Md€

France	81	magasins intégrés	Mr. Bricolage	4 300 m ² / mag.
	4	magasins intégrés	Les Briconautes	3 000 m ² / mag.
	269	magasins adhérents	Mr. Bricolage	2 650 m ² / mag.
	119	magasins adhérents	Les Briconautes	1 600 m ² / mag.
	293	magasins affiliés sans enseigne		1 000 m ² / mag.
International (11 pays)	72	magasins adhérents	Mr. Bricolage	2 750 m ² / mag.
E.commerce	254	magasins connectés en « web-to-store »		
	3	sites nationaux (<i>Mr-Bricolage.fr, le-jardin-de-catherine.fr, la-maison-de-catherine.fr</i>)		

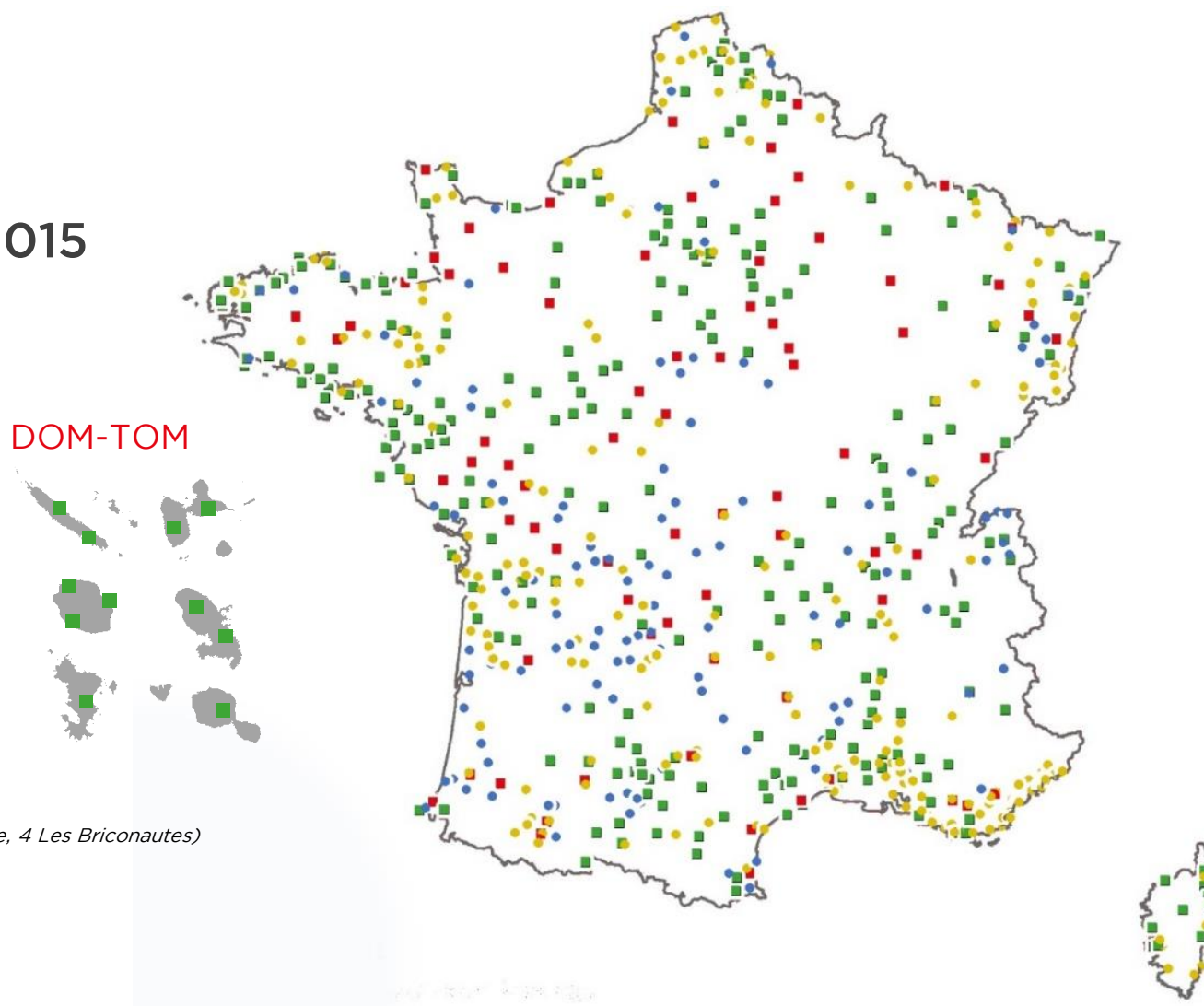
Les implantations du Groupe (1/2)



Le fédérateur du commerce indépendant en bricolage
de proximité en France

88,7 %

du volume d'affaires TTC 2015



766 magasins en France

- 85 magasins intégrés de Mr Bricolage SA (81 Mr.Bricolage, 4 Les Briconautes)
- 269 magasins adhérents sous enseigne Mr.Bricolage
- 119 magasins adhérents sous enseigne Les Briconautes
- 293 magasins affiliés sans enseigne

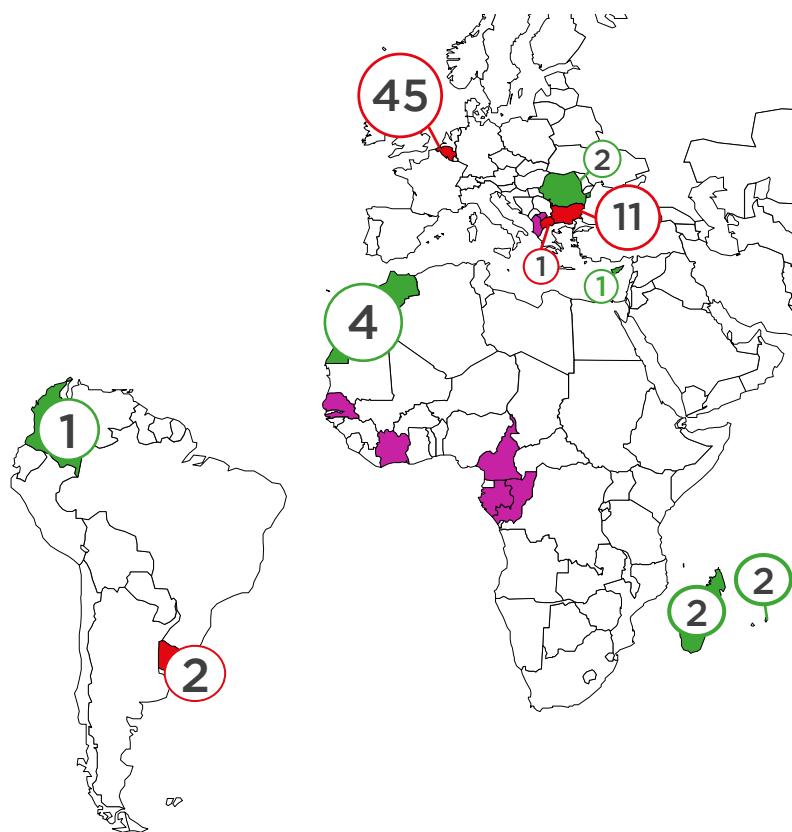
Les implantations du Groupe (2/2)



Un développement réussi à l'international

11,3 %

du volume d'affaires TTC 2015



72 magasins adhérents sous enseigne Mr.Bricolage dans 11 pays

Un déploiement qui capitalise sur la Belgique et la Bulgarie

- 59 magasins via des sociétés dont Mr Bricolage SA est actionnaire ★
- 13 magasins en master franchise : Andorre, Chypre, Colombie, Madagascar, Maroc, Maurice et Roumanie
- Des ouvertures prévues pour les master franchises : Albanie, Cameroun, Congo, Côte d'Ivoire, Kosovo, Gabon, Sénégal

Les principales participations de Mr Bricolage SA hors de France

35 % de Prova

Centrale gérant 45 magasins en Belgique

45 % de Doverie Brico

11 magasins en Bulgarie et 1 en Macédoine

Les services proposés par le Groupe **Mr.Bricolage**

Services aux Réseaux

Animation des magasins

sous enseigne Mr.Bricolage et Les Briconautes



Evolution du concept



Accompagnement des projets des adhérents

ouverture, transfert, agrandissement, remodeling...

Offre de services différenciés

aux magasins sous enseigne

- Communication nationale
- Supports de communication locale
- Sites Internet, application mobile, réseaux sociaux (Mr.Bricolage)
- Carte de fidélité client, carte de financement client Mr.Bricolage
- Gestion de la relation client
- Systèmes d'information
- Formations

Centrale de référencement

produits et fournisseurs



Sélection des produits et fournisseurs



Négociation des conditions d'achat

Pour tous les magasins et les partenaires

Service logistique pour tous les magasins

Approvisionnement



Livraison au détail hebdomadaire
2 entrepôts intégrés
(44 000 m²)

- Nord de la France
- Sud de la France



Opérations promotionnelles - produits volumineux
2 entrepôts externalisés
(24 000 m²)

- Toute l'année : près d'Orléans
- Nov. à mars à Shanghai
- ...



Le marché en France

Le marché en France



Un contexte économique toujours difficile

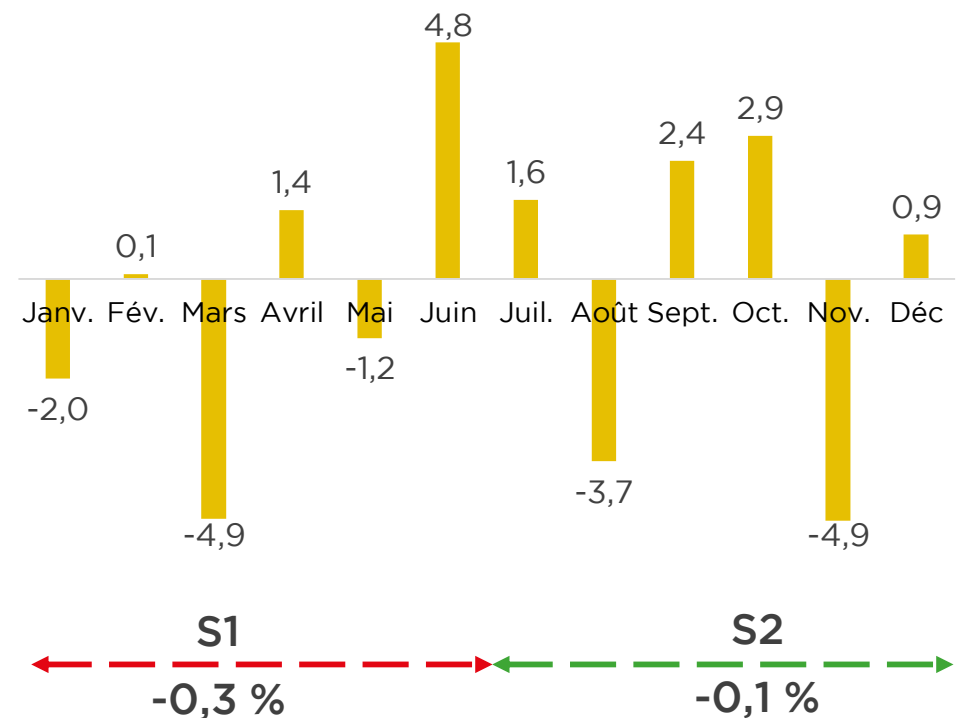
Un marché en recul de 0,24 %
versus - 1,06 % en 2014⁽¹⁾

Repli en 2015 de 0,5% des dépenses
de consommation des ménages⁽²⁾

Accroissement de la concurrence

Le marché des GSB en 2015

(indice mensuel en valeur, source Banque de France à magasins comparables)



(1) Source Banque de France à magasins comparables

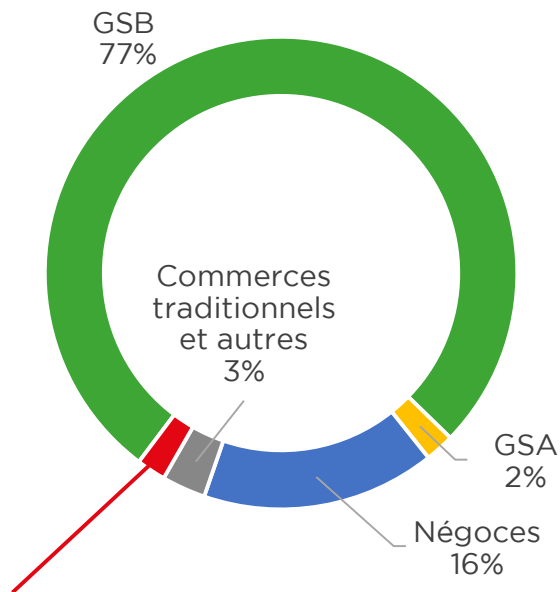
(2) Source Insee, Volumes aux prix de l'année précédente chaînés depuis 2010

Le Groupe sur son marché en France



Un marché dominé par les GSB

Poids des différents canaux de distribution en 2014⁽¹⁾

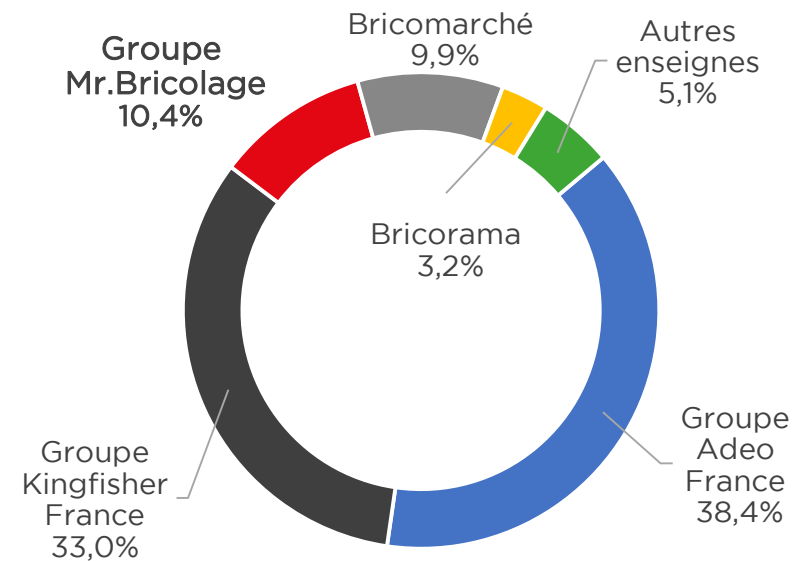


E-commerce : 0,5 Md€ pour 2 % du marché

Recherche sur Internet, achat en magasin⁽²⁾

- 49 % des consommateurs visitent site et magasin
- 3 % achètent à la fois en ligne et en magasin
- 1 % achètent exclusivement en ligne
(vs 10 % pour l'équipement de la maison et l'électronique)

Parts de marché des principaux groupes de GSB en 2014⁽¹⁾



(1) Etude Unibal 2014, dernière étude disponible

(2) Source : OTO Research 2013



Activité 2015 des réseaux

Développement en France



10 ouvertures et affiliations

Magasins intégrés Mr.Bricolage Les Briconautes

- 1 transfert-agrandissement
- 2 remodelings

→ 85 magasins

Adhérents sous enseigne Mr.Bricolage

- 6 ouvertures
- 10 transferts-agrandissements
- Sortie au 01/01/2015
des 9 magasins du groupe
Gnuva (CA TTC 2014 46 M€)

→ 269 magasins

Adhérents sous enseigne Les Briconautes

- 1 ouverture

→ 119 magasins

Affiliés sans enseigne

- 3 affiliations

→ 293 magasins

→ 766 magasins en France au 31/12/2015

Développement à l'international



4 nouveaux magasins sous l'enseigne Mr.Bricolage

← --- Zones phare de développement --- →

Belgique

- 2 ouvertures
- 3 passages sous enseigne Mr.Bricolage de magasins Alexandre
- 2 transferts-agrandissements

Bulgarie

- Réouverture du 3^{ème} magasin de Sofia

→ 45 magasins

→ 11 magasins

← --- Poursuite du plan de développement --- →

Nouveaux pays

- 1 ouverture en Colombie (Péreira)
- 1 ouverture à Chypre (Larnaca)

Nouvelles master-franchise

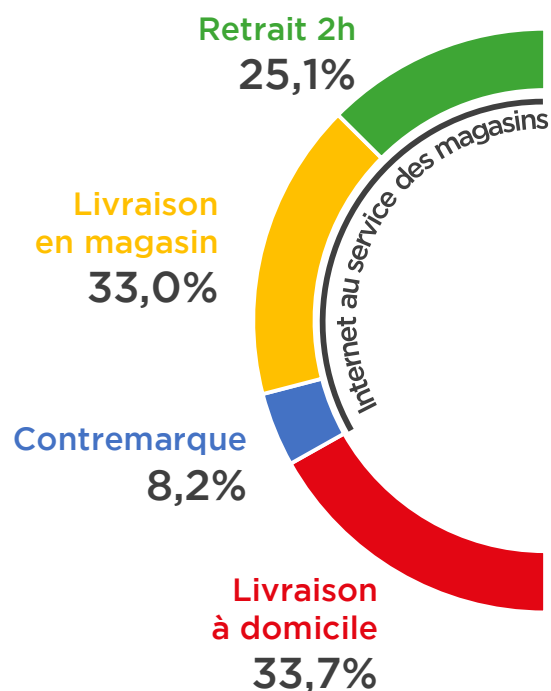
Signature avec MCM Group pour l'Albanie et le Kosovo

- Potentiel : 4 ou 5 magasins
- 1^{ère} ouverture prévue fin 2017

→ 72 magasins Mr.Bricolage dans 11 pays au 31/12/2015

Accélération de la stratégie digitale au service des réseaux pour générer du trafic et des ventes en magasins

Répartition du chiffre d'affaires 2015 de Mr-Bricolage.fr



- 254 magasins connectés (vs 235 en 2014)
- 2,1 M visiteurs uniques / mois (vs 1,4 M en 2014)
- Nouvelle application mobile
- Premiers effets de la stratégie digitale au service des magasins
 - 2/3 des ventes issues de Mr-Bricolage.fr sont réalisées en magasin
 - 2 M€ de ventes « Retrait 2 h » (vs 1,2 M€ en 2014)
 - Redynamisation du taux de transformation depuis le T4

(1) Mr Bricolage SA détient par ailleurs 2 sites historiques le-jardin-de-catherine.fr et la-maison-de-catherine.fr indépendants des réseaux de magasins qui livrent les commandes exclusivement à domicile.

Volume d'affaires des réseaux



Volume d'affaires TTC en M€	31/12/2015	Variation à surfaces courantes	Variation à magasins comparables ⁽¹⁾	Nombre de magasins
Ventes en magasins	2 146,2	- 1,4 %	+ 1,0 %	838
dont France	1 903,6	- 2,6 %	+ 0,5 %	766
Mr Bricolage	1 392,1	- 3,5 %	+ 0,5 %	350
Les Briconautes	236,3	+ 0,2 %	+ 0,1 %	123
Affiliés	275,2	- 0,5 %	+ 4,0 %	293
dont international	242,6	+ 9,0 %	+ 4,3 %	72
Ventes en ligne	13,6	-	-	-
Total TTC des réseaux	2 159,8	- 1,6 %	+ 0,8 %	838

(1) Variations calculées à partir de tous les magasins Mr.Bricolage, d'un panel de 67 magasins Les Briconautes et de 18 affiliés.

FRANCE

Les magasins surperforment le marché à magasins comparables

- Les adhérents et affiliés sans enseigne tirent l'activité : + 1,7 %

Recul de l'activité des magasins à surfaces courantes

- Impact de la sortie des 9 magasins du groupe Gnuva : - 2,4 %

INTERNATIONAL

Forte dynamique de l'activité

- Croissance externe et développement des ventes
- Confirmation du potentiel de la Belgique et de la Bulgarie

Volume d'affaires des rayons



Les rayons décoration et jardin,
points forts des magasins Mr.Bricolage⁽¹⁾

Répartition par rayon du volume d'affaires 2015 du réseau Mr.Bricolage en France⁽¹⁾

Le rayon décoration

23 % des ventes (vs 20 % en 2014 pour le marché français⁽²⁾)

Le rayon jardin

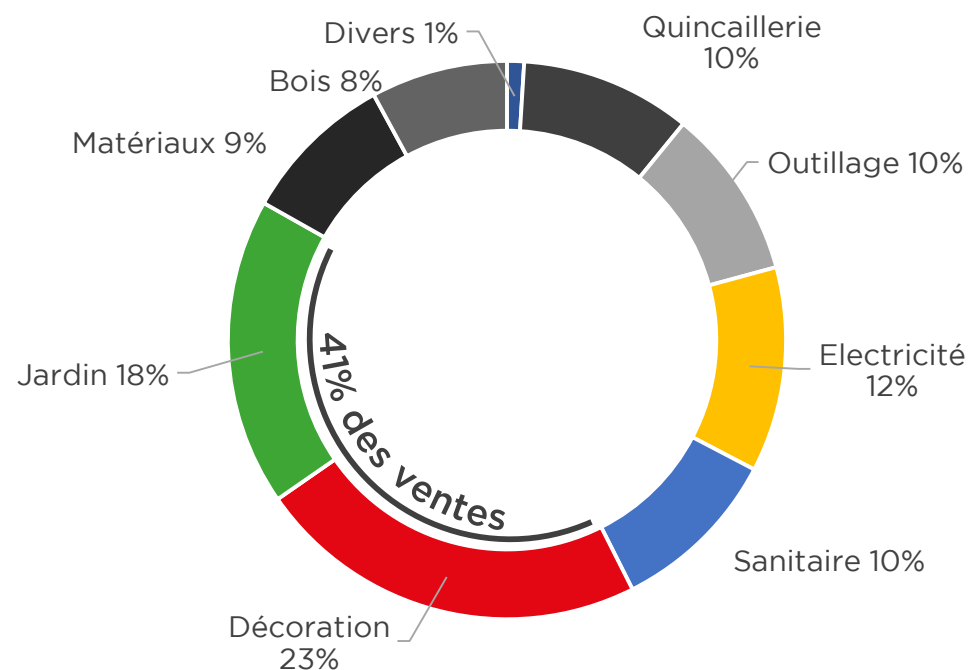
18 % des ventes (vs 13 % en 2014 pour le marché français⁽³⁾)

- Activité liée à la météo

Des caractéristiques inhérentes

au positionnement de l'enseigne Mr.Bricolage

- Proximité
- Forte densité de l'habitat individuel : villes moyennes et zones rurales



(1) France métropolitaine

(2) Chiffre reconstitué (somme du poids des rayons Décoration et Peinture) à partir de l'étude Bricobrief 2014

(3) Etude Unibal 2014



Activité 2015 de Mr Bricolage SA

(périmètre consolidé)

Parc de magasins intégrés



Des évolutions en phase avec les nouvelles habitudes de consommation

Transfert-agrandissement de Mr.Bricolage à Perpignan

vers un centre commercial innovant

- Agrandissement de 1 850 m² à 3 300 m²
- Adaptation de l'offre à la clientèle locale (Collioure : village d'artistes) : Rayons Loisirs Créatifs / Beaux Arts / Encadrement
- Ouverture le 26 novembre 2015
- Investissement : 850 k€

Remodeling

Pour mieux répondre à l'évolution des attentes des consommateurs

- Mr.Bricolage à Romorantin
 - Décembre 2015
- Mr.Bricolage à Dax
 - Décoration, Jardin, Sanitaire et Bâti
 - Octobre 2015
- Investissements : 140 k€



Château-Roussillon à Perpignan "street mall" nouvelle génération

- Traitement architectural et paysage de grande qualité
- 20 000 m² dédiée à la famille et au cadre de vie
- 9 moyennes surfaces, 37 boutiques, 6 restaurants

Des développements au service de l'activité des magasins

Communication et relation clients

- 35 ans de Mr.Bricolage (mars 2015)
- Déploiement de l'application CRITIZR dans les magasins Mr.Bricolage
- Développement de la digitalisation au service des magasins

→ **Progression de la fréquentation web et magasin**

Signature d'un nouveau partenariat d'achat

en complément de 2 partenariats existants

- Libre service agricole (LISA)
- Jardinerie

→ **Massification des achats à compter de 2016**

Logistique

Accroissement de la fidélisation des magasins :

- des gammes de produits sourcés
- des gammes spécifiques

→ **Achats totaux des magasins Mr.Bricolage en France : + 10 % à 24,2 %**

Poursuite du développement des outils de système d'information



Comptes consolidés 2015 de Mr Bricolage SA

Chiffre d'affaires consolidé



Chiffre d'affaires HT en M€	31.12.2015	31.12.2014	Variation 2015/2014 en %
Commerces	343,4	361,2	- 4,9 %
Ventes des magasins intégrés	332,7	348,4	- 4,5 %
Ventes en ligne ⁽¹⁾	10,7	12,8	- 16,9 %
Services aux Réseaux	186,1	182,8	+ 1,8 %
Ventes de marchandises	117,7	112,3	+ 4,8 %
Ventes de prestations	68,4	70,5	- 3,0 %
Total CA consolidé	529,5	544,0	- 2,7 %

⁽¹⁾ Le poste « Ventes en ligne » intègre uniquement les ventes livrées à domicile. Les ventes en ligne effectuées en retrait 2 h via les 254 sites locaux sont constatées dans le chiffre d'affaires des magasins concernés

COMMERCE

Baisse de l'activité des magasins intégrés

- Effet de l'intensification de la concurrence : - 1,5 %
- Effet des variations de périmètre : - 1,6 %
- 2014 : 4 cessions, 1 fermeture, 1 création et 2 acquisitions
- S1 2015 : réintégration de 3 magasins auparavant destinés à être cédés (reclassement IFRS 5 en activité courante)

Recul des ventes en ligne

- Intensification de la stratégie digitale au service des magasins
- Refonte en cours des sites historiques

SERVICES AUX RESEAUX

Progression des ventes de marchandises

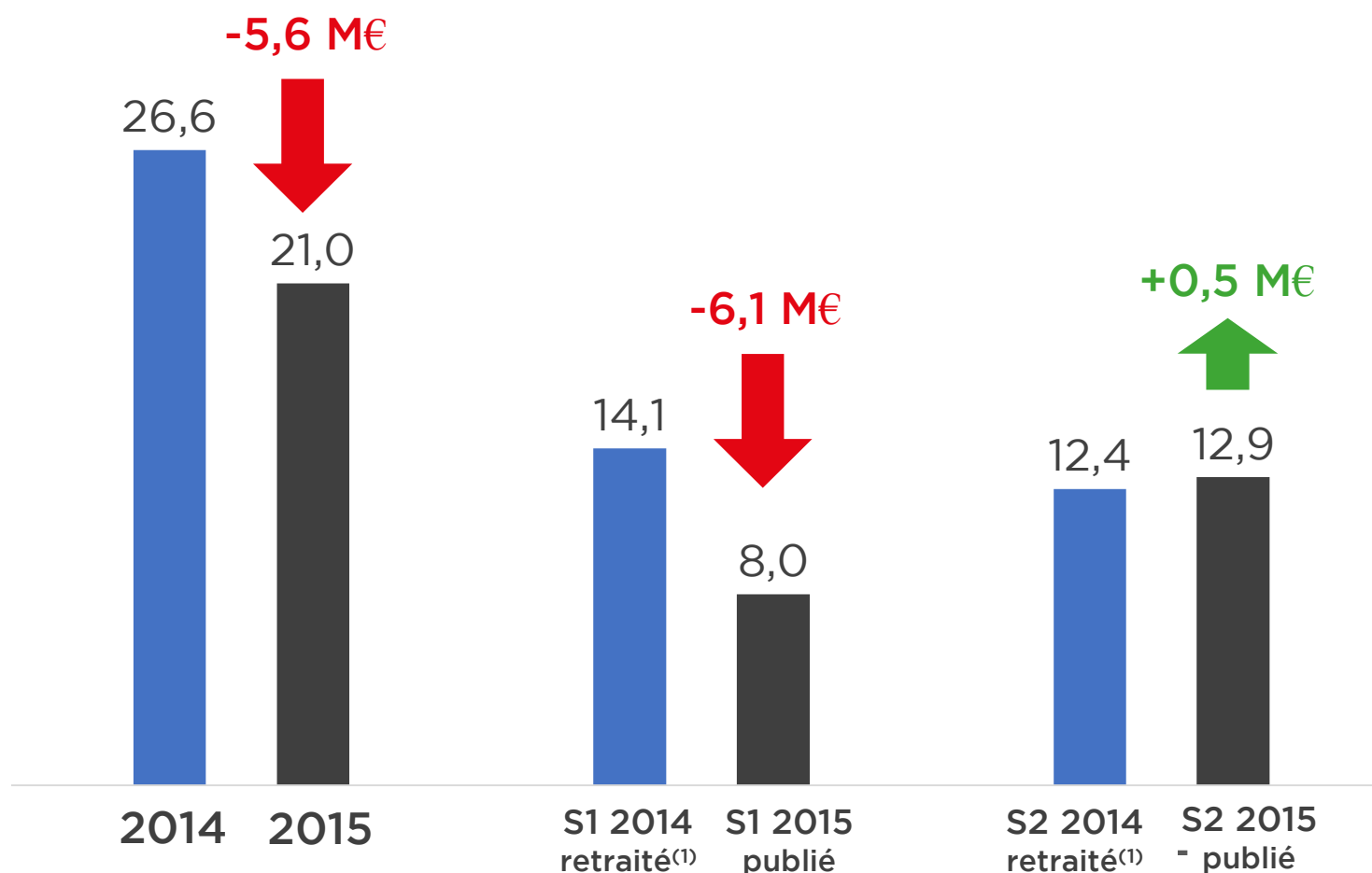
- Succès de la stratégie de fidélisation des magasins à la logistique du Groupe Mr.Bricolage

Baisse des ventes de prestations de services

- Recul plus marqué des volumes d'achat au S1
- Stabilisation des prestations au S2

Résultat opérationnel

Croissance du résultat opérationnel au 2^{ème} semestre
(hors impact IFRIC21)

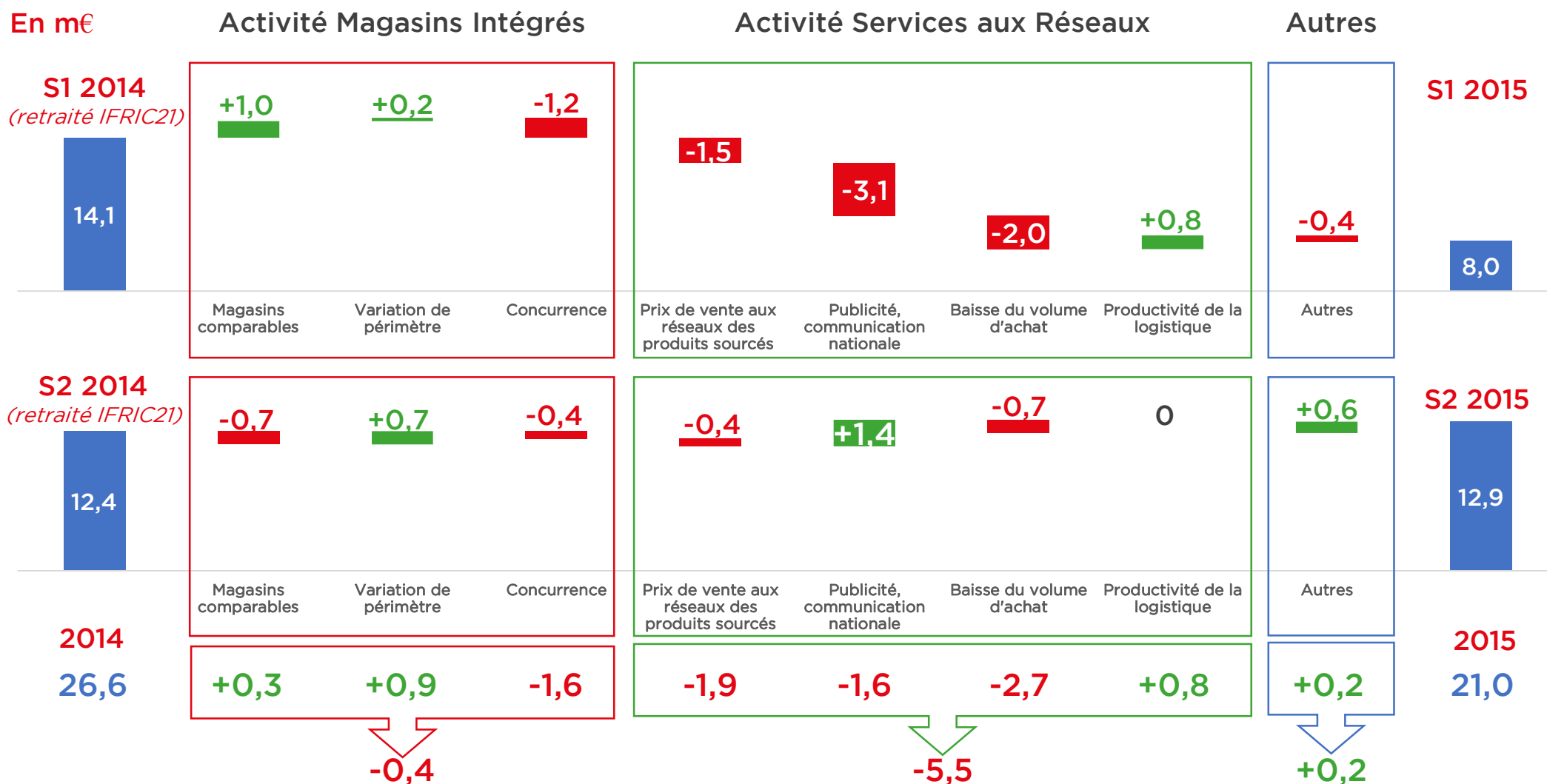


(1) Retraitement de l'impact de la norme IFRIC21 obligatoire depuis le 1^{er} janvier 2015 qui a pour conséquence la comptabilisation de la charge annuelle de taxes dès leur exigibilité, c'est-à-dire le 1^{er} janvier. Il concerne la C3S et la taxe sur les surfaces commerciales.

Résultat opérationnel

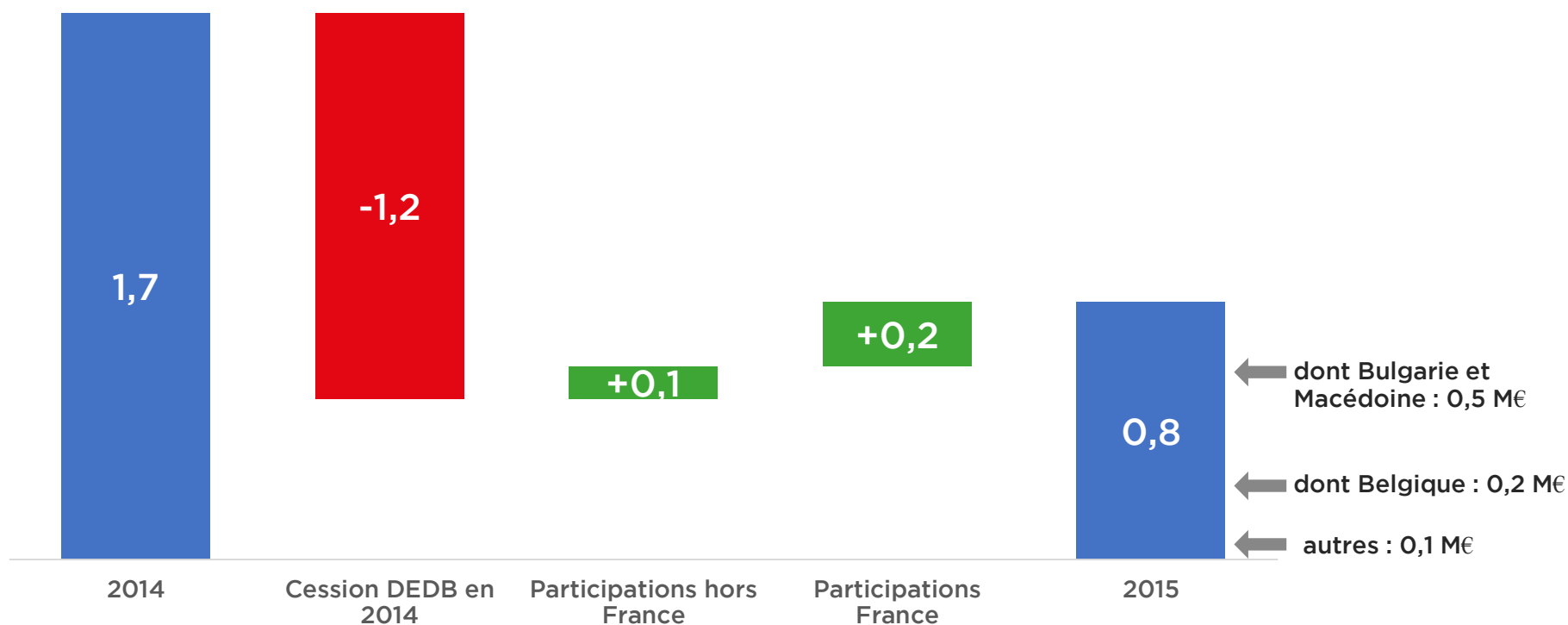


Croissance au 2^{ème} semestre grâce aux mesures correctrices prises
(hors impact IFRIC21)



Contribution des sociétés mises en équivalence **Mr.Bricolage**

Evolution de la contribution au résultat net
des sociétés mises en équivalence (en M€)



Compte de résultat



En M€	31/12/2015	31/12/2014	Variation
Chiffre d'affaires consolidé	529,5	544,0	-2,7%
EBITDA	36,3	42,2	-13,8%
Résultat opérationnel	21,0	26,6	-21,1%
dont Commerces	(12,0)	(11,4)	-5,3%
dont Services aux réseaux	32,9	38,0	-13,4%
Résultat financier	(4,1)	(5,5)	+25,2%
Résultat avant impôts	16,8	21,1	-20,1%
Contribution des SME	0,8	1,7	-53,0%
Impôts	(8,1)	(8,6)	+5,7%
Résultat net des activités cédées	0	(0,3)	-
Résultat net part du Groupe	9,6	13,9	-31,5%

Résultat opérationnel

Services aux Réseaux : - 13 % à 32,9 M€

- Essentiellement, recul du volume d'achat
- Impact de la contreperformance du S1 (hors impact IFRIC21)
 - Forte hausse des dépenses publicitaires (35 ans, La dépanne...)
 - Baisse au S1 de la marge sourcing (hausse du \$ non répercutée par la logistique sur les prix de vente aux réseaux des produits sourcés)
- Efficacité des actions mises en œuvre au S2
 - Economies sur les dépenses publicitaires et charges externes
 - Répercussion de la hausse du \$ par la logistique sur les prix de vente des produits sourcés à partir d'août 2015

Résultat opérationnel

Moindre dégradation de la perte opérationnelle des Commerces

- Confirmation de la pertinence des réorganisations menées en 2014 sur le parc de magasins

Baisse des charges financières

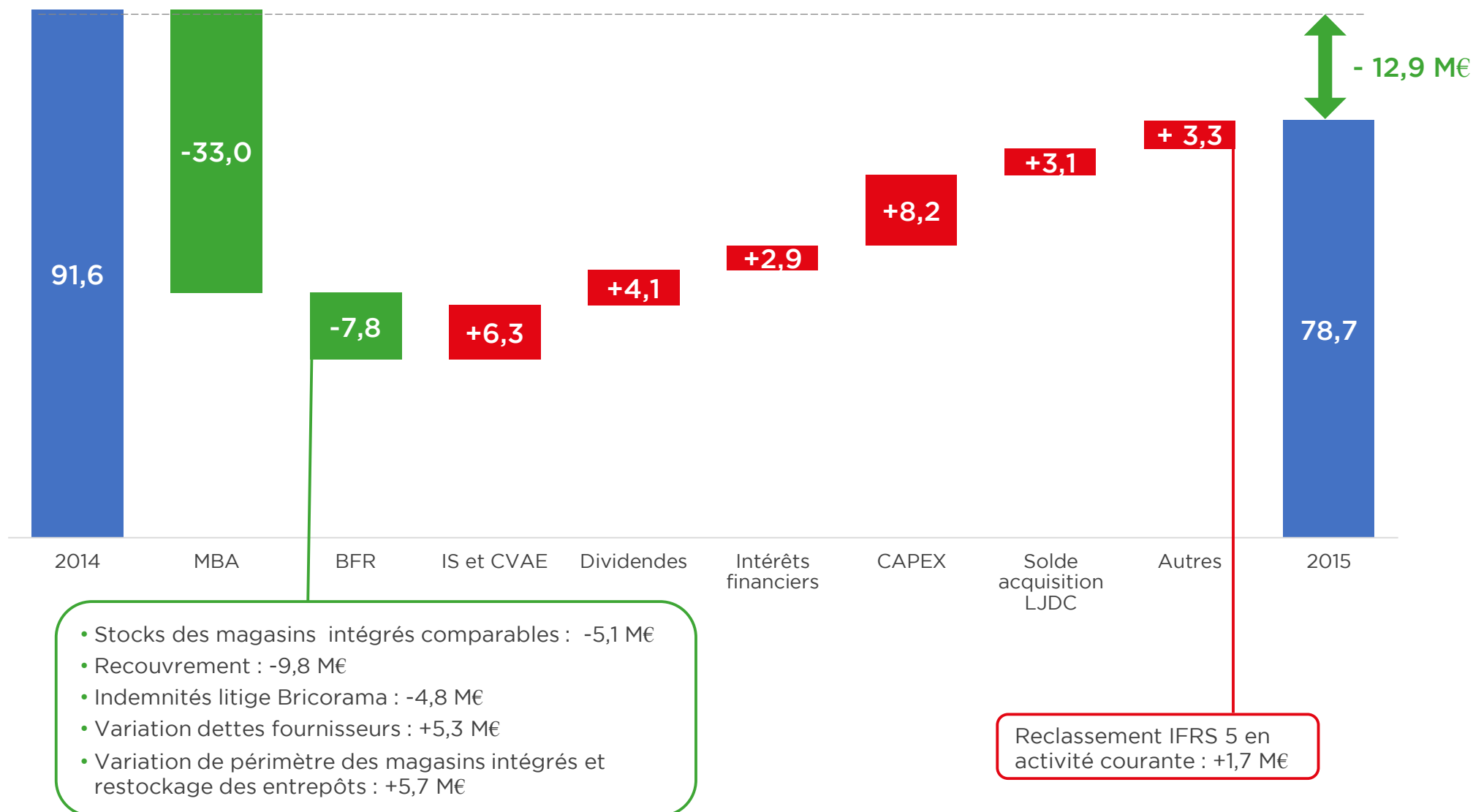
Effet bénéfique de la stratégie de réduction de l'endettement

Contribution des SME

- Progression des performances en Belgique et Bulgarie
- Non récurrence de la plus-value de cession de DEDB en 2014

Réduction de l'endettement financier net **Mr.Bricolage**

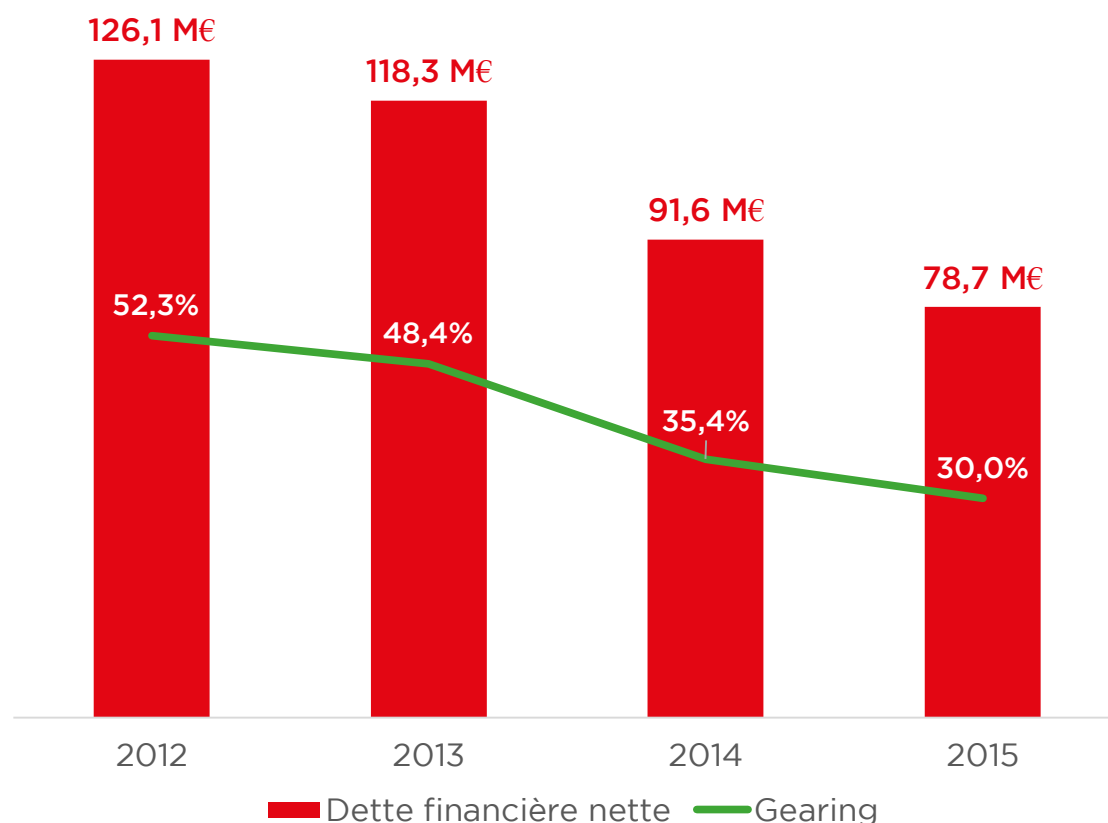
Evolution de la dette financière nette (en M€)



Succès de la stratégie de désendettement



Evolution de l'endettement et du gearing depuis 2012



Dette financière nette



-47,4 M€
en 3 ans

Gearing



-22 points
en 3 ans

Respect du covenant Dette financière nette/EBITDA au 31/12/15 : 2,17 x (maximum : 2,75)

Bilan simplifié 2015 (en M€)



Actif	2015	2014	Passif	2015	2014
Actifs non courants ⁽¹⁾	306,5	303,6	Capitaux propres groupe	263,1	258,7
dont écarts d'acquisition	209,4	209,3	Intérêts minoritaires	(0,1)	0,1
dont immobilier	42,8	41,0	Total capitaux propres	263,1	258,8
dont dépôts garantie bancaire ⁽²⁾	3,8	3,8			
Actifs circulants ⁽³⁾	243,5	254,3			
dont stocks ⁽⁴⁾	143,8	141,6	Dettes financières⁽²⁾	96,4	114,5
dont clients	70,0	81,4	Autres passifs	206,4	210,6
Disponibilités et placements⁽²⁾	13,9	19,1	dont dettes fournisseurs	84,2	89,3
Actifs destinés à être cédés	5,1	13,3	Passifs destinés à être cédés	3,2	6,4
dont immobilier	5,1	9,8			
TOTAL ACTIF	569,0	590,4	TOTAL PASSIF	569,0	590,4

(1) dont 18,3 M€ d'immobilisations incorporelles et 57,2 M€ d'immobilisations corporelles en 2015

(2) la dette financière nette s'établissant à 78,7 M€ fin 2015 est la différence entre les dettes financières au passif et, à l'actif, les disponibilités et placements ainsi que les dépôts de garantie

(3) ce poste actifs circulants exclut les disponibilités et placements ainsi que les actifs destinés à être cédés

(4) dont 36,1 M€ de stocks Services Aux Réseaux et 107,7 M€ de stocks Commerces en 2015

Dividende proposé au vote de l'Assemblée Générale du 20 avril 2016



	2015
Résultat net consolidé	9,6 M€
Dividende par action	0,30 €
Dividende total	3,1 M€
Taux de distribution en % du résultat net consolidé	32,3 %



OUTILLAGE

Décolleuse
Stationnaire
Compresseur
Groupe électro.
Soudure
Accessoire

1

OUTILLAGE

OUTILLAGE

asif machine
es. électro
it
out
proportatif

2

OUTILLAGE

is, mesure
rain
u
maçon

3

ELECTRICITE

JARDIN

PLOMBERIE

DROGUERIE

Adhésif
Colle
Poudre
Séchoir
Brosserie
Droguerie

10

PLOMBERIE

Machine à lav
Vidage
Mécanisme w
Evacuation pv

11

QUINCAILLE

PLOMBERIE

Culvre, p
Flexibilité,
Régulation
Chauffe
Polyesther
Outil de

1

BOIS

1

Perspectives

Magasins intégrés



Développer et moderniser le parc de magasins détenus en propre

Deux acquisitions au 1^{er} semestre de magasins

détenus par des adhérents

- Mr.Bricolage à Arles (6 100 m²)
- Mr.Bricolage à Thouars (5 700 m²)

Transfert-agrandissement d'un magasin

Mr.Bricolage à Hagetmau

- Agrandissement de 2 800 m² à 4 400 m²
- Ouverture prévue en juin

→ **Magasin pilote pour optimiser les stocks :**

suppression des produits à rotation lente et massification des produits à forte rotation

Cinq projets de remodeling

- S1 2016 : Mr.Bricolage à Albi, Mr.Bricolage à Avranches
- S2 2016 : Mr.Bricolage à Allonne, Mr.Bricolage à Blois, Mr Bricolage à Paris XII

→ **Faire des magasins intégrés des vitrines**

Services aux Réseaux



Redynamiser les réseaux

Remettre les adhérents au cœur de la centrale

- Lancement de la commission catalogue

→ **Implication des magasins dans l'amélioration de l'offre produits**

- Lancement de la commission informatique et d'un club Utilisateurs

→ **Harmonisation concertée du système de gestion des magasins**

Poursuivre la digitalisation au service des clients

- Connexion de nouveaux magasins au site local Mr-Bricolage.fr
- Lancement du nouveau site le-jardin-de-catherine.com au T1 2016

→ **Accroissement du trafic et des ventes**

Augmenter la massification des achats au profit des réseaux et du groupe

- Optimisation de la supply chain
- Fédération de nouveaux partenaires d'achat

→ **Amélioration des conditions d'achat**

Développer les réseaux

10 ouvertures sous enseignes et 9 transferts-agrandissements prévus en 2016

- France : 6 ouvertures sous enseigne Mr.Bricolage et 2 ouvertures sous enseigne Les Briconautes
- International : 2 ouvertures en Belgique et Côte d'Ivoire et 2 agrandissements en Belgique

→ **Accroître l'attractivité des réseaux**





Bourse

Actionnariat au 31/12/2015

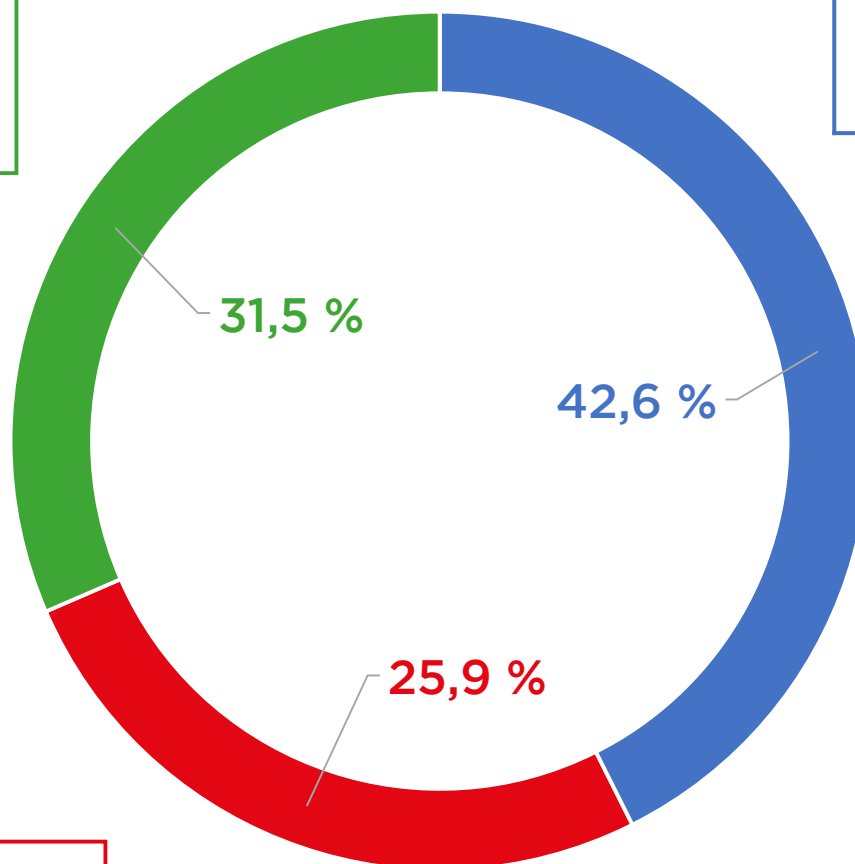


Public

- Institutionnels français : 7,0%
- Institutionnels étrangers : 16,1%
- Individuels : 7,1%
- Auto-détention : 1,3%

Adhérents Mr.Bricolage (ANPF)

SIFI	SIMB	SIFA
1,9%	35,3%	5,4%



Famille TABUR

Le titre en Bourse



Caractéristiques de l'action

Code ISIN : FR0004034320
Code mnémonique : MRB
Nombre de titres : 10 387 755
Cours au 8/03/2016 : 12,78 €
Capitalisation boursière : 132,76 M€

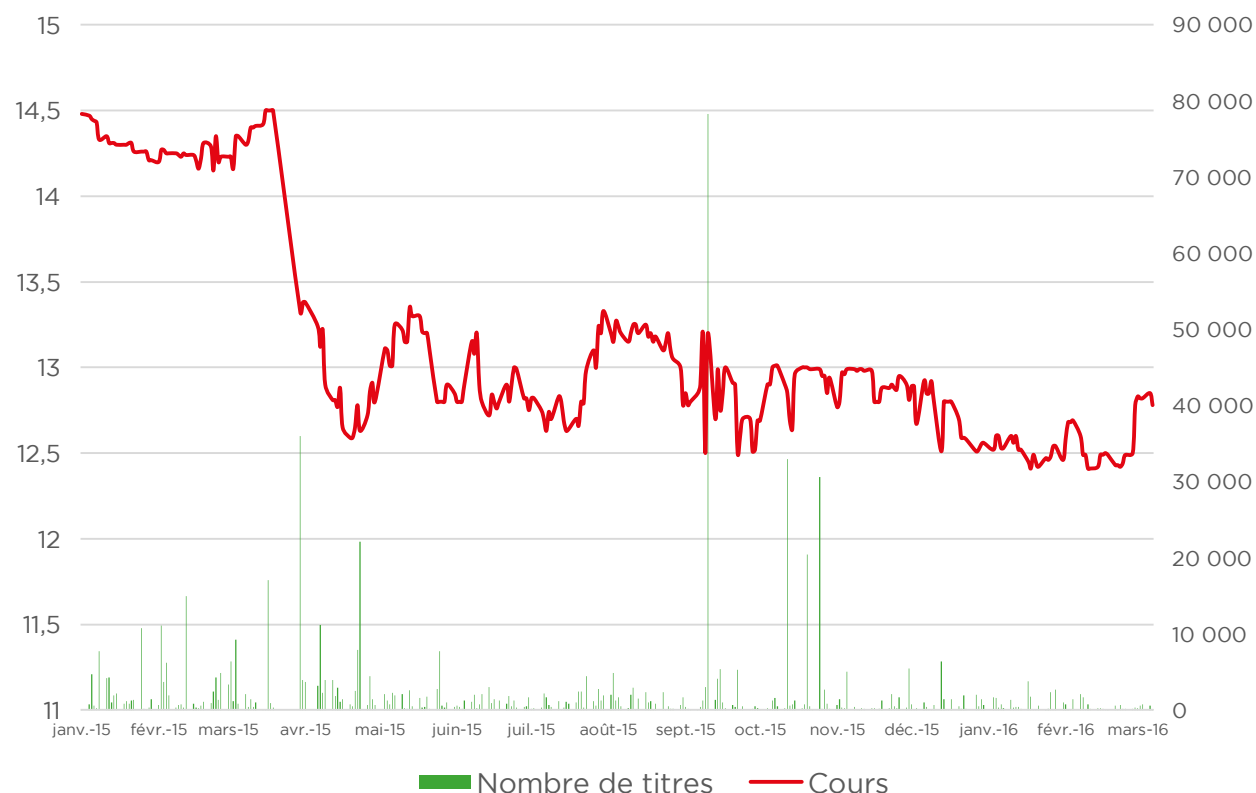
Eligible PEA-PME

Indices

Enternext PEA-PME 150
CAC All Shares

Agenda 2016

Assemblée Générale : 20 avril
Chiffre d'affaires semestriels : 21 juillet
Résultats semestriels : 8 septembre



Retrouvez l'information financière du Groupe Mr Bricolage sur :

www.mr-bricolage.com

<http://www.mr-bricolage.fr/media/communiques-et-info-reglementees/index.html>



Annexes

Résultat opérationnel 2015



En M€	Services aux Réseaux	Commerces	Total	31/12/2014
Chiffre d'affaires consolidé	186,1	343,4	529,5	544,0
Marge commerciale <i>en % du CA</i>	101,4 <i>61,5%</i>	121,3 <i>35,3%</i>	222,7 <i>42,1 %</i>	230,8 <i>42,4 %</i>
Charges externes	(30,1)	(59,7)	(89,8)	(90,1)
Charges de personnel	(30,5)	(55,1)	(85,6)	(87,4)
Impôts et taxes	(2,0)	(10,8)	(12,8)	(11,9)
Autres produits et charges opérationnels	0,8	1,1	1,9	0,7
EBITDA	39,6	(3,2)	36,3	42,2
Dotation aux amortissements et provisions	(6,7)	(8,7)	(15,4)	(15,6)
Résultat opérationnel	32,9	(12,0)	21,0	26,6

Passage du ROP au ROPO⁽¹⁾

en M€	2014			2015		
	Services aux Réseaux	Commerces	TOTAL	Services aux réseaux	Commerces	TOTAL
ROP publié	38,0	(11,4)	26,6	32,9	(12,0)	21,0
Variation ROP publié				(5,1)	(0,5)	(5,6)
Litiges et risques	(2,7)	(0,7)	(3,4)	(0,4)	0,0	(0,4)
Cession magasins intégrés		(1,2)	(1,2)			0,0
Restructuration magasins intégrés	0,2	(0,3)	(0,0)		(0,2)	(0,2)
Ajustement de prix LJDC	1,9		1,9			0,0
Honoraires liés aux opérations stratégiques	(2,0)		(2,0)	(0,7)		(0,7)
Reclassement IFRS 5			0,0	(0,4)	(0,3)	(0,8)
Eléments non récurrents	(2,5)	(2,2)	(4,7)	(1,6)	(0,6)	(2,1)
ROPO⁽¹⁾ publié	40,5	(9,3)	31,2	34,5	(11,4)	23,1
<i>Variation</i>				<i>(6,1)</i>	<i>(2,1)</i>	<i>(8,1)</i>

⁽¹⁾ROPO = ROP hors plus ou moins values de cession et opérations à caractère exceptionnel, et retraité de l'application de l'IFRIC 21

Tableau des flux de trésorerie

en M€	31/12/2015	31/12/2014
MBA	33,0	36,2
Variation BFR	7,8	5,4
– <i>stocks</i>	-0,6	16,6
– <i>clients</i>	11,6	-1,5
– <i>fournisseurs</i>	-5,3	3,3
– <i>autres</i>	2,0	-12,9
Charge d'impôts courant décaissée	-6,3	-6,1
Investissements nets	-11,3	-2,5
Free cash flow	23,2	33,0
Dividendes	-4,1	-2,5
Acquisition d'actions propres nettes des cessions	-0,1	-0,4
Variation de l'endettement	-20,7	-2,8
Variation des autres passifs financiers	-0,6	-1,5
Charges d'intérêt décaissées nettes des produits	-2,9	-4,7
Variation de trésorerie	-5,2	21,1
Trésorerie à l'ouverture	19,1	-2,0
Trésorerie à la clôture	13,9	19,1



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