



RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2021

Solides performances commerciales et financières

Orléans, le 28 juillet 2021 à 18h00 CET - Mr.Bricolage SA, fédérateur du commerce indépendant de proximité pour l'embellissement de la maison et du jardin présente ses résultats consolidés du 1^{er} semestre 2021, arrêtés par le Conseil d'administration réuni ce 28 juillet 2021. Ce début d'année 2021 est de nouveau marqué par une forte progression du volume d'affaires des réseaux (+19,3 % à surfaces courantes et +18,3 % à magasins comparables) et des indicateurs financiers du Groupe. Dans un contexte de marché toujours porteur en 2021, ces performances témoignent de la pertinence de la feuille de route Mr.Bricolage et se reflètent notamment dans la hausse du chiffre d'affaires de l'activité "Services aux réseaux" et le redressement significatif des marges opérationnelles.

« Ce premier semestre post REBOND, notre plan stratégique initié en 2016 et achevé fin 2020, est très satisfaisant pour le Groupe Mr.Bricolage et l'ensemble de ses réseaux. D'une manière générale, nous constatons que la forte croissance enregistrée pendant le premier confinement COVID du printemps 2020 se ralentit dans un contexte de retour progressif à la normale de l'activité du secteur. Pour autant, l'excellente dynamique engagée en 2020 se confirme, qu'il s'agisse de la croissance des réseaux, de la mise en place du concept magasins 4 piliers ou des performances financières. Dans un marché de la rénovation et de l'embellissement de la maison porteur, nous bénéficions pleinement de l'optimisation de notre organisation mise en œuvre avec succès ces dernières années. Elle se traduit par un excellent niveau d'EBITDA avec des dépenses opérationnelles revenant progressivement à la normale. J'adresse mes vives félicitations à toutes les équipes du siège et des magasins pour ces excellents résultats. Poursuivons collectivement sur cette lancée au second semestre et renforçons encore notre agilité ! » a commenté Christophe Mistou, Directeur général du Groupe Mr.Bricolage.

I - FAITS MARQUANTS DU 1^{ER} SEMESTRE 2021

Au 30 juin 2021, **les réseaux adhérents et affiliés en France et à l'international comptent 896 magasins, contre 854 à fin décembre 2020. Ensemble, ces magasins représentent un volume d'affaires global d'environ 1 259,6 M€, en hausse de +19,3 % à surfaces courantes et de +18,3 % à magasins comparables.** Sur le semestre, le Groupe enregistre un solde net de 42 nouveaux points de vente, dont 8 pour l'enseigne Mr.Bricolage. Renforcés ces dernières années dans le cadre du plan REBOND, les réseaux bénéficient également de l'arrivée de 33 nouveaux affiliés et 1 magasin sous enseigne Les Briconautes. Ce développement des points de vente adhérents et affiliés, soutenu malgré l'attente liée à la crise sanitaire, conforte l'ambition de dépasser les 1000 points de vente à horizon 2028.

En France, les réseaux du Groupe Mr.Bricolage totalisent 824 magasins au 30 juin 2021 contre 783 au 31 décembre 2020, soit un solde net de 41 nouveaux points de vente. Le volume d'affaires, à 1 099,3 M€, est en croissance de plus de 20 %. L'accroissement du nombre de magasins modernisés aux couleurs du concept magasins 4 piliers s'accélère avec 23 nouveaux magasins convertis sur ce 1^{er} semestre 2021 portant le total à 48, soit 16 % des magasins de l'enseigne Mr.Bricolage en France métropolitaine. 7 modernisations sont prévues pour le 2nd semestre 2021. Avec un taux de croissance +25,5 %¹, la dynamique du marché tient compte du rattrapage en avril et mai 2021 des très grandes surfaces de bricolage, contraintes de fermer en 2020 sous l'effet des consignes sanitaires, et majoritairement restées ouvertes depuis le début de l'année 2021.

(1) sources : indices Banque de France, en valeur à périmètre constant sur 12 mois glissants (juin 2020 à juin 2021).

À l'international, l'enseigne Mr.Bricolage génère un volume d'affaires de 156,5 M€ en hausse de +10,3 % à surfaces courantes et de +7,4 % à magasins comparables, avec 72 magasins hors de France répartis dans 10 pays (contre 71 à fin décembre 2020). Un nouveau magasin Mr.Bricolage a ouvert ce semestre au Maroc, à Temara, ville côtière chef-lieu de la région de Rabat-Salé-Kénitra. D'une superficie totale de 1 709 m², ce 9^{ème} magasin marocain est porté par Brico Invest qui poursuit son expansion dans le pays depuis l'ouverture du premier magasin en 2005 à Casablanca (2008 à Marrakech, 2011 à Tanger, 2012 à Agadir, puis de nouveau à Casablanca en 2017, 2018, 2019 et 2020).

Les ventes e-commerce (hors *click-and-collect* = retrait 2h) sont en croissance de 80,2 %. Cette forte progression est le résultat de la stratégie e-commerce mise en œuvre dans le cadre du plan REBOND et provient essentiellement :

- du développement de l'offre en livraison direct fournisseur,
- des investissements au service des performances techniques de la plateforme e-commerce,
- et des nouvelles fonctionnalités développées sur le site durant le dernier trimestre 2020 et le 1^{er} semestre 2021.

Les ventes réalisées en *click-and-collect* sont quant à elles directement intégrées dans le chiffre d'affaires des magasins.

<i>Volume d'affaires TTC en M€</i>	Nombre de magasins	30.06.2021	Var. à surfaces courantes	Var. à magasins comparables
Ventes en magasins	896	1 255,8	+19,2%	+18,3%
- France ^[2]	824	1 099,3	+20,5%	+20,4%
- International ^[3]	72	156,5	+10,3%	+7,4%
Ventes e-commerce ^[4] (hors <i>click-and-collect</i>)	-	3,8	+80,2%	NA
Total	896	1 259,6	+19,3%	+18,3%

(2) Dont 313 magasins sous enseigne Mr.Bricolage, 108 magasins sous enseigne Les Briconautes et 403 magasins affiliés sous enseignes indépendantes.

(3) 72 magasins sous enseigne Mr.Bricolage dans 10 pays : Andorre (1), Belgique (44), Bulgarie (11), Chypre (1), Côte d'Ivoire (1), Gabon (1), Macédoine (1), Madagascar (1), Maroc (9), Maurice (2).

(4) Le poste « e-commerce » intègre les ventes livrées à domicile et les ventes retirées dans les magasins Mr.Bricolage (hors *click-and-collect*).

Le Groupe Mr.Bricolage poursuit son adaptation en temps réel à l'évolution du contexte sanitaire. Soutenus par une communication très régulière du Groupe sur l'évolution de la réglementation et des consignes sanitaires, et par la continuité des services achats, logistiques et supports, les magasins des réseaux Mr.Bricolage ont bénéficié de leur positionnement de proximité pour répondre à la forte demande des consommateurs. Au regard des tensions sur les matières premières et certains produits finis, les difficultés rencontrées sont atténuées par la moindre exposition aux fournisseurs asiatiques. Le Groupe poursuit par ailleurs la diversification de ses approvisionnements auprès de fournisseurs européens.

Concernant la gouvernance du Groupe, Paul Cassagnol a été renouvelé dans ses fonctions de Président Directeur Général de l'ANPF. L'ANPF qui regroupe l'ensemble des adhérents-entrepreneurs du réseau Mr.Bricolage est le principal actionnaire (notamment au travers de sa filiale SIMB) de Mr.Bricolage. Cette nomination témoigne de la confiance renouvelée des réseaux dans la stratégie mise en œuvre depuis 2016 par le duo constitué du Président, Paul Cassagnol, et du Directeur Général, Christophe Mistou.

II – RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2021

Les résultats du 1^{er} semestre ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 28 juillet 2021. Le compte de résultat du 1^{er} semestre 2020 antérieurement publié a été retraité, en application de la norme IFRS 5, pour permettre sa comparabilité à la suite du changement de périmètre lié à l'arrêt de l'activité Commerce.

Comptes consolidés simplifiés en M€	30/06/2021 Publié IFRS 5	30/06/2020 Publié IFRS 5	30/06/2020 Retraité IFRS 5	Var. comparable
Chiffre d'affaires consolidé	176,2	134,5	138,4	+27,3%
- dont Services aux réseaux	176,2	134,5	138,4	+27,3%
- dont Commerces (activité abandonnée)	NA	-	-	-
EBITDA	25,2	16,9	16,9	+49,0%
en % du chiffre d'affaires	14,3%	12,6%	12,2%	
Résultat opérationnel courant	19,1	11,4	11,4	+68,6%
- dont Services aux réseaux	19,1	11,4	11,4	+68,6%
- dont Commerces (activité abandonnée)	NA	0,0	0,0	
Autres produits et charges opé. non courants	(0,2)	(0,1)	(0,1)	-13,0%
Résultat opérationnel	19,0	11,2	11,2	+69,3%
en % du chiffre d'affaires	10,8%	8,3%	8,1%	
Résultat financier	(2,3)	(2,5)	(2,5)	+6,7%
Contribution des SME	1,3	0,0	0,0	
Impôts sur les résultats	(1,9)	(2,7)	(2,7)	-29,6%
Résultat après impôt des activités maintenues	16,0	6,0	6,0	+167,0%
Résultat après impôt des activités abandonnées	2,4	0,8	0,8	-
Résultat de l'exercice	18,4	6,8	6,8	-
- dont quote-part du Groupe	18,4	6,8	6,8	-
- dont quote-part des minoritaires	NS	NS	NS	-

Chiffre d'affaires

Comptes consolidés simplifiés en M€	30/06/2021 Publié IFRS 5	30/06/2020 Publié IFRS 5	30/06/2020 Retraité IFRS 5	Var. comparable
Chiffre d'affaires Services aux réseaux	176,2	134,5	138,4	+27,3%
- dont Ventes de marchandises	126,4	97,5	101,0	+25,2%
- dont Ventes de prestations	49,8	36,9	37,4	+33,0%

Le chiffre d'affaires consolidé du 1^{er} semestre 2021, désormais constitué uniquement des activités Services aux Réseaux, s'élève à 176,2 M€, en hausse de +27,3 % par rapport au 1^{er} semestre 2020, en liaison avec :

- La hausse des ventes de marchandises du fait de la croissance des réseaux, des changements de gammes et du développement de la marque propre Inventiv plébiscitée par les clients ;
- La hausse des prestations de services liée à l'augmentation du volume d'affaires et d'achats des points de vente des réseaux et notamment à la performance commerciale des magasins 4 piliers et des anciens magasins intégrés repris par les adhérents-entrepreneurs.

EBITDA / Résultat opérationnel courant / Résultat opérationnel

La stratégie REBOND démontre également son efficacité sur les opérations du Groupe avec des indicateurs de rentabilité en forte progression. Celle-ci est d'autant plus notable qu'elle s'opère dans un contexte de normalisation des dépenses, notamment des frais de personnel (absence de chômage partiel) et de marketing (reprise des campagnes publicitaires) limités lors du 1^{er} semestre 2020 par les effets du confinement. L'EBITDA s'établit ainsi à 25,2 M€, soit 14,3 % du chiffre d'affaires. Dans la lignée des améliorations enregistrées depuis la finalisation du plan de cessions des magasins intégrés, le résultat opérationnel ressort à 19,0 M€, soit une marge opérationnelle de 10,8 %, contre 8,1 % au 1^{er} semestre 2020 (données comparables). Les marges dégagées par le Groupe le confortent dans sa capacité à réduire progressivement son endettement tout en déployant les ressources nécessaires pour soutenir le développement de ses adhérents et de ses réseaux.

Résultat net

Le résultat financier à (2,3) M€ au 1^{er} semestre 2021 reflète principalement la stabilité des taux d'intérêt dans le cadre du contrat de crédit syndiqué mis en place au 4^{ème} trimestre 2019. Compte tenu d'une charge d'impôt de (1,9) M€, le résultat après impôt des activités maintenues est de 16,0 M€, soit une marge nette de 9,1 %, contre 4,3 % à la même période de l'exercice précédent (données comparables). Tenant compte de la finalisation du plan de cessions dans des conditions favorables (impact de 2,4 M€), le résultat net de l'exercice ressort à 18,4 M€, contre 6,8 M€ au 1^{er} semestre 2020. Le nouveau modèle d'affaires dégage comme attendu les marges de manœuvre nécessaires au soutien du développement des réseaux, au remboursement de la dette et à l'association des collaborateurs au redressement du Groupe avec le versement de l'intéressement et de la participation.

Endettement net

À fin juin 2021, le Groupe a utilisé sa capacité de tirage dans le cadre du contrat de crédit. Sa dette financière nette ressort en forte diminution, à 45,2 M€ contre 76,8 M€ à fin 2020, et 94,7 M€ au 30 juin 2020. Malgré le pic habituel des achats lié à la saisonnalité de l'activité du Groupe au 1^{er} semestre, la dette financière a fortement diminuée grâce à une activité soutenue et à une forte génération de cash. La trésorerie du Groupe s'élève à 72,8 M€ à fin juin 2021, incluant l'utilisation de la ligne de découvert de 3,0 M€, contre 39,2 M€ à fin 2020.

Pour mémoire, le crédit syndiqué de Mr.Bricolage SA est composé de trois tranches, toutes ont une échéance finale en décembre 2026. Le crédit revolving, d'un montant nominal de 40 M€ est remboursable in fine. Le prêt de refinancement de 55 M€ et le prêt de consolidation de 16,1 M€ seront amortis selon un échéancier très progressif à compter de décembre 2022. Aucun covenant ne s'applique à cette dette avant mi-2022.

III – PERSPECTIVES 2021

Les tendances porteuses du marché du bricolage perdurent dans un environnement qui continue de s'adapter à la crise sanitaire, et à ses conséquences sur les approvisionnements et leurs transports. Le Groupe Mr.Bricolage démontre en cette année 2021 la pertinence de ses choix stratégiques et la mise en œuvre efficace de sa transformation. Dans un contexte de normalisation progressive des dépenses opérationnelles, notamment en faveur des actions marketing et des initiatives pour soutenir le développement et la compétitivité des réseaux adhérents et affiliés, le Groupe est en mesure de poursuivre le renforcement de sa structure financière, gage de sa compétitivité à long terme.

Ainsi, le Groupe continue de se fixer comme objectifs de poursuivre et de renforcer :

- L'optimisation des services aux réseaux et le développement accéléré des actions créatrices de valeur : le renouvellement de l'offre et des outils de gestion des prix, l'uniformisation des systèmes d'information, le maintien des investissements marketing sur la marque Inventiv et le trafic en magasins ;
- Le développement du réseau de magasins sous enseignes et affiliés, en France et à l'international pour dépasser l'ambition de 1 000 points de vente en 2028 ;
- Le déploiement du concept magasins 4 piliers au sein du réseau, incarnation du positionnement singulier de l'enseigne sur la proximité ;
- La transformation humaine des sièges et des réseaux pour faire vivre l'ambition d'être le leader de la proximité, en adaptant les postures et les pratiques, en capitalisant sur les compétences de tous les collaborateurs et collaboratrices, et en développant les talents.

À propos de 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 2021, le Groupe compte 896 points de vente, sous enseignes ou affiliés, dont 72 magasins répartis à l'international dans 10 pays. Mr.Bricolage SA est coté sur Euronext Growth Paris (code ISIN FR0004034320 - ALMRB).

Contacts

- **Presse corporate** - Louise Chaulin, louise.chaulin@gmail.com, 07 83 35 96 93
- **Presse financière, investisseurs** - Marie Calleux, mrbricolage@calyptus.net, 01 53 65 68 68