



Résultats annuels 2021

Présentation plan stratégique 2022-2025

Réunion investisseurs | 21 mars 2022

Agenda

- 1 **Mr.Bricolage**
Présentation du Groupe
- 2 **Une transformation réussie**
Plan REBOND
- 3 **D'excellentes performances**
Résultats annuels 2021
- 4 **Plan stratégique 1Pacte**
2022-2025

Le Groupe Mr.Bricolage aujourd'hui



Un groupement d'adhérents-entrepreneurs indépendants, spécialiste de la rénovation et de l'embellissement de la maison et du jardin

Un réseau dynamique...

908

Points de
vente

+54



Magasins
en France



Magasins
l'international



Ventes
e-commerce

2,4

milliards
de volume
d'affaires

+6,1%

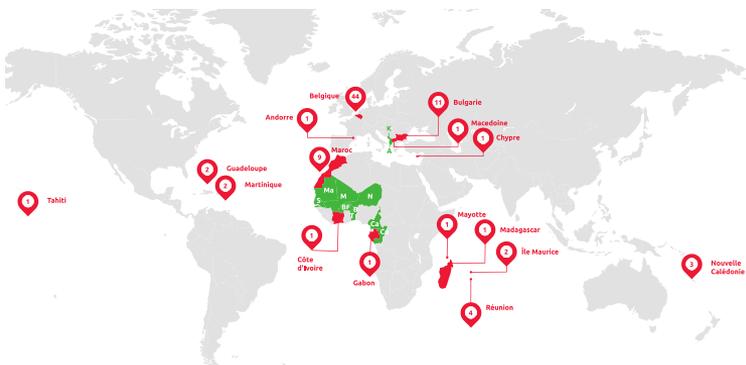
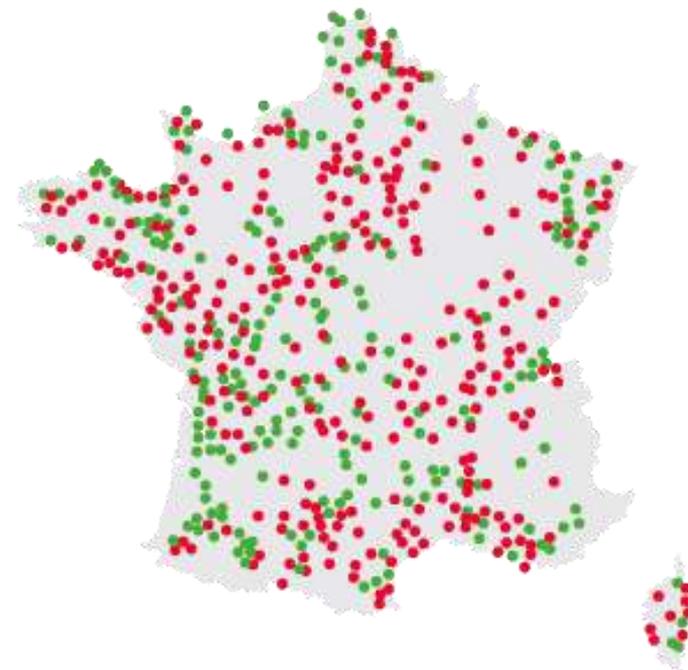
à magasins comparables

et dense...

836

points de vente

318 magasins Mr.Bricolage
108 magasins Les Briconautes
410 magasins affiliés



72

Mr.Bricolage

10 pays
Andorre, Belgique, Bulgarie, Chypre,
Côte d'Ivoire, Gabon, Macédoine,
Madagascar, Maroc, Maurice

Soutenu par une organisation performante

Mr.Bricolage SA

Société mère du Groupe

*Centrale de référencement, de services et d'administration
du réseau de magasins Mr.Bricolage et de l'activité e-commerce*

100%

LeClub

*Centrale de référencement, de services
des réseaux de magasins Les Briconautes,
Les Jardinantes et sans enseigne*

100%

**Mr.B
Log**

Logistiques (3 plateformes)

100%

M.B.I

*(Merchandises & Business International)
Achats à l'étranger*

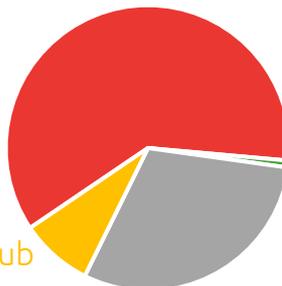
Répartition des
effectifs 2021

511

Le groupe bénéficie aussi des services d'un
organisme de formation (IFOGECO) détenu
par l'ANPF et composé de 19 personnes

Mr.Bricolage
311

Le Club
42

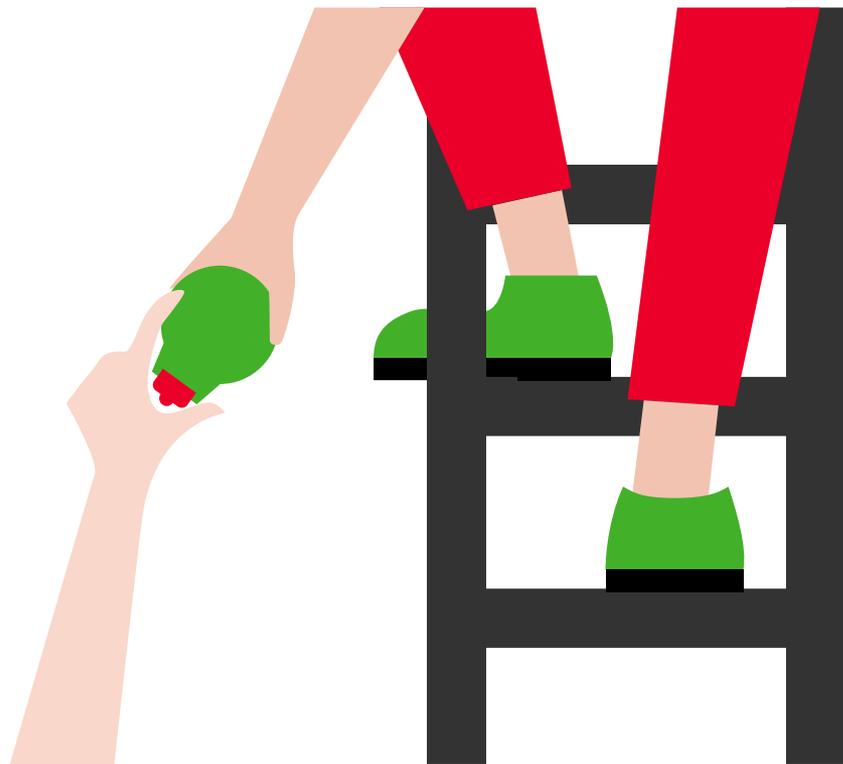


MBI
4

MB Log
154

Agenda

- 1 **Mr.Bricolage**
Présentation du Groupe
- 2 **Une transformation réussie**
Plan REBOND
- 3 **D'excellentes performances**
Résultats annuels 2021
- 4 **Plan stratégique 1Pacte**
2022-2025



2016–2021 : une transition stratégique majeure

2016

Mr.Bricolage
fait le constat
d'une
dégradation
constante de
ses
performances

Plan REBOND

Redéfinition de
l'offre

Systèmes
d'informations
déploiement
d'Unimag

Refonte complète
de la stratégie
digitale

Redimensionnement
puis **cession** du parc
de magasins
intégrés

Déploiement d'un nouveau concept de
magasins « 4 Piliers »

Enjeu

Renforcer
l'attractivité de
l'enseigne pour
relancer la
croissance

Plan REBOND

Recentrage sur l'activité historique « Services aux Réseaux »

Arrêt de l'activité Commerces
(2017 > 2020)

18
fermetures

67 cessions
dont 84% dans l'enseigne

- > 40% du parc sécurisé jusqu'à fin 2025
- > Hausse des performances des magasins réintégrés au réseau Mr.Bricolage

Déploiement du nouveau concept de magasins

La Délivrie



L'Entraide



Le Fond de maison



Les Projets du Week-end



Magasins au concept 4 Piliers



- > Des performances > 20 % après 3 années d'exploitation
- > Renouvellement de la charte adhérent pour 6 ou 9 ans (contre 3 avant)
- > Adoption des nouveaux SI

Plan REBOND

2016-2021, une transformation réussie

OFFRE

Développement de la marque propre **Inventiv**
Augmentation du rythme des changements de gammes
100 000 références à fin 2021



DIGITAL

Mise en ligne de 98% des magasins du Groupe
Elargissement de l'offre référencée
Optimisation des flux magasins « click & collect » vs. ventes en ligne



SYSTÈME D'INFORMATION

Uniformisation des systèmes par étapes pour préparer une modernisation générale des schémas directeurs

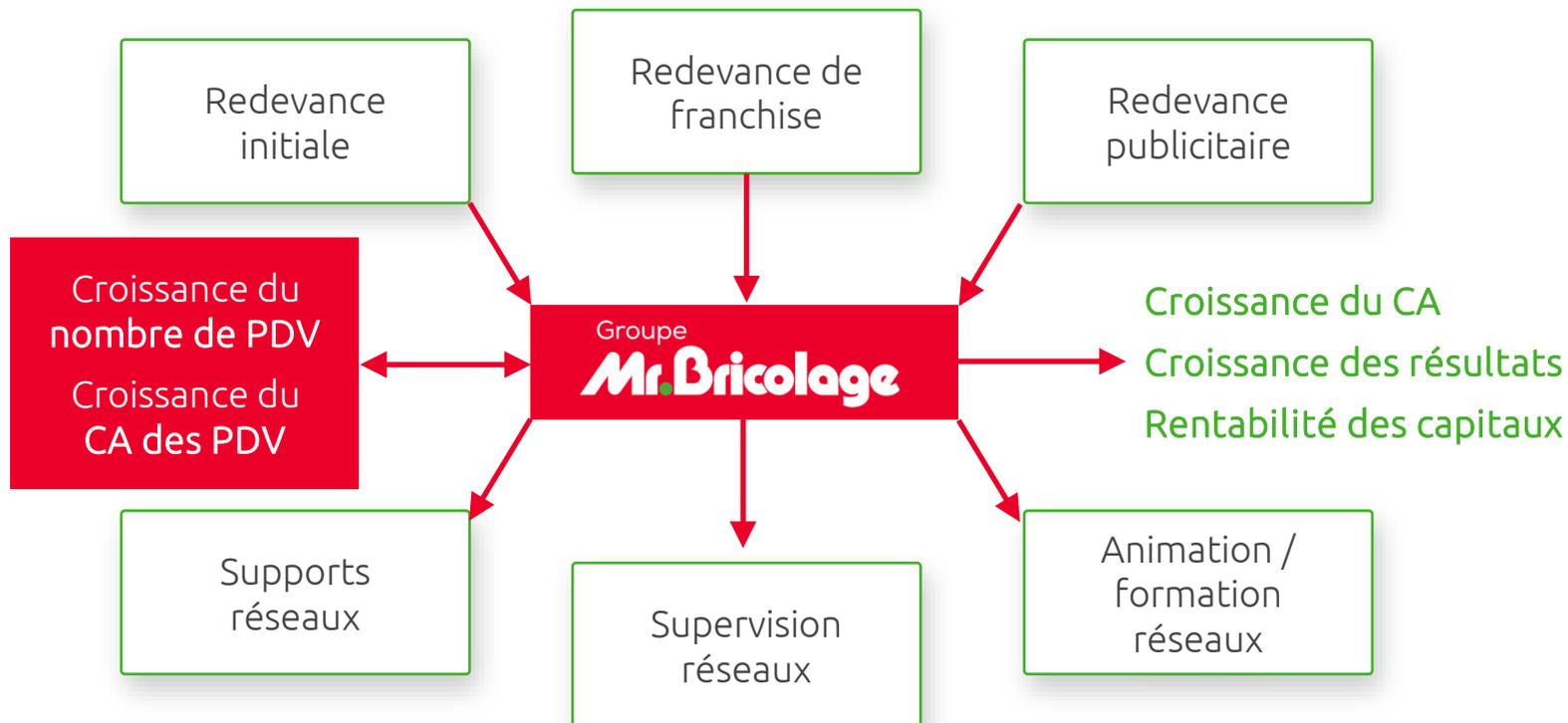


TRANSFORMATION HUMAINE

Évolution des pratiques et des mentalités autour du triptyque compétences-autonomie-responsabilités
Formalisation des rituels managériaux et modules de formation en magasins sous enseigne
Mise en place du télétravail en flexibilité totale au siège, féminisation des recrutements

Plan REBOND

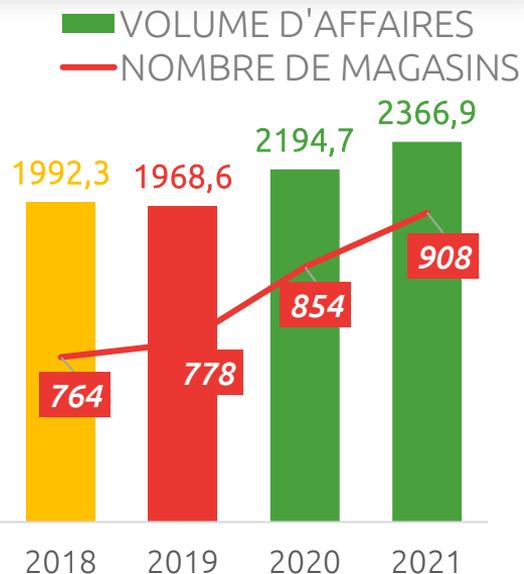
Un modèle économique désormais 100% franchise



Plan REBOND

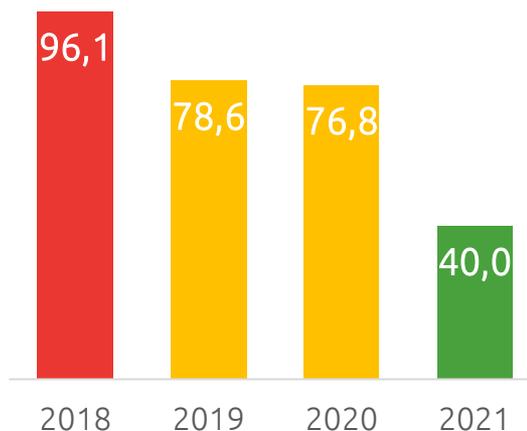
Croissance et situation financière rétablies

Un recentrage piloté pour préserver la croissance...



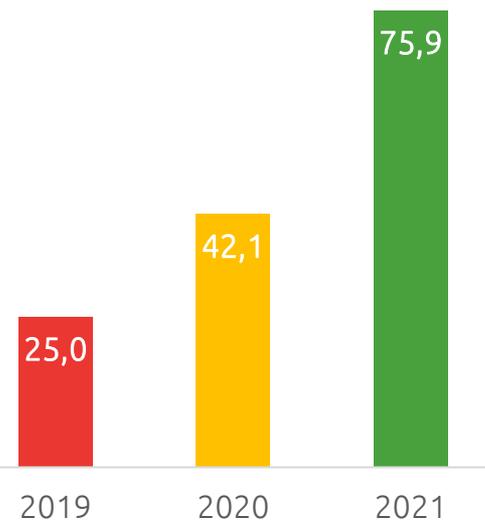
...permettant de recouvrer des marges de manœuvre...

DETTE FINANCIERE NETTE



...et d'assainir la situation financière (+ reconstitution des capitaux propres de MBSA en social)

CAPITAUX PROPRES



Toutes les données consolidées, en millions d'euros

Agenda

- 1 **Mr.Bricolage**
Présentation du Groupe
- 2 **Une transformation réussie**
Plan REBOND
- 3 **D'excellentes performances**
Résultats annuels 2021
- 4 **Plan stratégique 1Pacte**
2022-2025

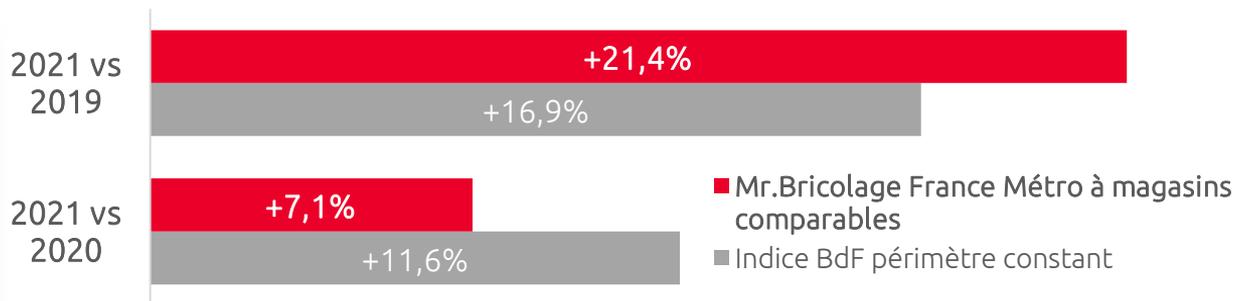


Volume d'affaires

Volume d'affaires TTC en M€	Nombre de magasins	31.12.2021	Var. à surfaces courantes	Var. à magasins comparables
Ventes en magasins	908	2 360,1	+7,8%	+6,1%
- France	836	2 054,0	+8,4%	+7,1%
- International	72	306,1	+3,9%	+0,7%
Ventes e-commerce (hors click-and-collect)*	-	6,8	+ 47,5%	NA
Total	908	2 366,9	+7,8%	+6,1%

* Le poste "Ventes e-commerce" intègre les ventes livrées à domicile et les ventes retirées dans les magasins Mr.Bricolage (hors *click & collect*).

+4,5 pts
surperformance de
Mr.Bricolage
sur 2 ans
*(vs. effet de rattrapage
crise sanitaire sur 1 an)*



Chiffre d'affaires

Services aux réseaux

IFRS en M€	31.12.2021	31.12.2020	Variation
Chiffre d'affaires consolidé	302,7	274,6	+10,2%
<i>dont Ventes de marchandises</i>	<i>210,5</i>	<i>191,8</i>	<i>+9,8%</i>
<i>dont Ventes de prestations</i>	<i>92,2</i>	<i>82,8</i>	<i>+11,3%</i>

+18,7 M€
ventes de marchandises

+9,4 M€
prestations de services

Croissance des
réseaux

Changements de
gammes

Hausse du
volume d'affaires
et d'achats

Développement
d'Inventiv

Performances des
magasins 4 Piliers
et des MI
réintégrés

Elargissement de
la clientèle des
entrepôts

Reprise des
actions marketing
vs. 2020

Chiffre d'affaires

E-commerce en forte progression

Ventes e-commerce
en M€, hors click & collect



Refonte totale
de la plateforme
technologique

Changement
des mentalités

Référencement
des produits

Élargissement
des services

Mr. Bricolage Votre magasin Borgo | Recherchez un produit, une référence... | Votre compte | Votre panier

Jardin | Maison | Outillage | Travaux | Actualités | Bons plans | Conseils

Ensemble, continuons d'assurer notre sécurité ! [En savoir plus](#)

Jardin - Maison - Outillage - Travaux
Nos produits livrés partout en France*
Nos abris de jardin prix livraison incluse
* hors Corse, Monaco et îles sans pont

La sélection du moment [Une question ? Tchattons !](#)

+430 000 followers sur les réseaux sociaux Groupe

Faits marquants

2021 : l'agilité du Groupe fait ses preuves

Gestion efficace des risques 2021

- ✓ Approvisionnements anticipés
- ✓ Coûts de transport maîtrisés
- ✓ Stocks

29 changements de gammes

Gain de productivité

- ✓ Refonte logistique / transport
- ✓ Optimisation de la répartition CDI / intérimaire
- ✓ Réimplantation des entrepôts

Rentabilité retrouvée de MBLog, équilibre MBI malgré les coûts de transports

Reprise des investissements

- ✓ Accompagnement déploiement 4 Piliers
- ✓ Renforcement des actions marketing
- Effectif Groupe 530 vs. 502 à fin 2021, avec une féminisation des cadres

32 magasins passés aux 4 Piliers en 2021

Résultats du Groupe

Comptes consolidés simplifiés, en M€	31.12.2021	31.12.2020	Variation
EBITDA	39,6	35,7	+10,8%
<i>% du CA</i>	<i>13,1%</i>	<i>13,0%</i>	
Résultat opérationnel courant	31,1	22,0	+41,4%
Autres produits et charges opérationnels non courants	(0,0)	(0,2)	-
Résultat opérationnel	31,1	21,7	+43,5%
<i>% du CA</i>	<i>10,3%</i>	<i>7,9%</i>	<i>+2,7 pts</i>
Résultat financier	(5,0)	(5,0)	+0,6%
Contribution des SME	3,1	2,8	+11,3%
Impôts sur les résultats	0,5	(1,4)	-139,2%
Résultat après impôt des activités maintenues	29,7	18,0	+64,8%
Résultat après impôt des activités abandonnées	4,2	0,3	-
Résultat de l'exercice	34,0	17,7	+91,6%
<i>% du CA</i>	<i>11,2%</i>	<i>6,5%</i>	
- dont quote-part du Groupe	34,0	17,6	+93,2%

Flux de trésorerie

Flux de trésorerie simplifiés, en M€

Résultat des activités maintenues

Part dans les résultats nets des entreprises associées, nette des dividendes

Dotations aux amortissements, provisions et dépréciations

Dotations et dépréciations des droits d'utilisation

Charges d'intérêts nettes des produits de trésorerie

Marge brute d'autofinancement

Variation du BFR

Charges d'impôt courant décaissées

Flux de trésorerie des activités abandonnées

Flux de trésorerie sur les activités

31.12.2021

29,7

(3,0)

3,6

3,7

5,2

38,7

13,6

(1,8)

(4,6)

45,9

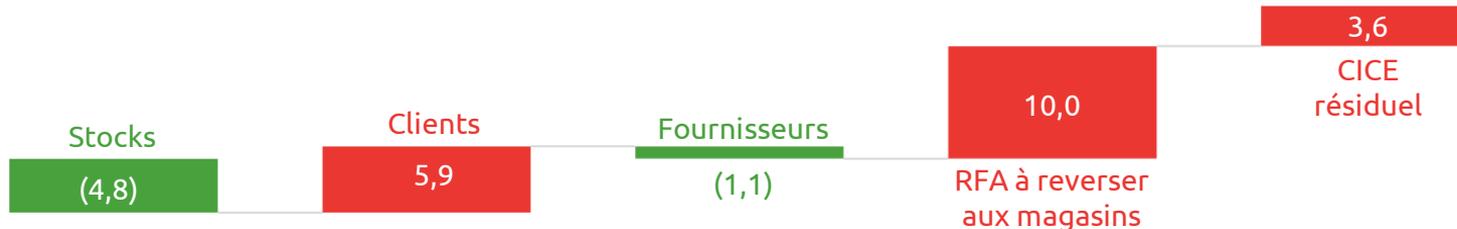


Marge Brute
d'autofinancement

+14,2%

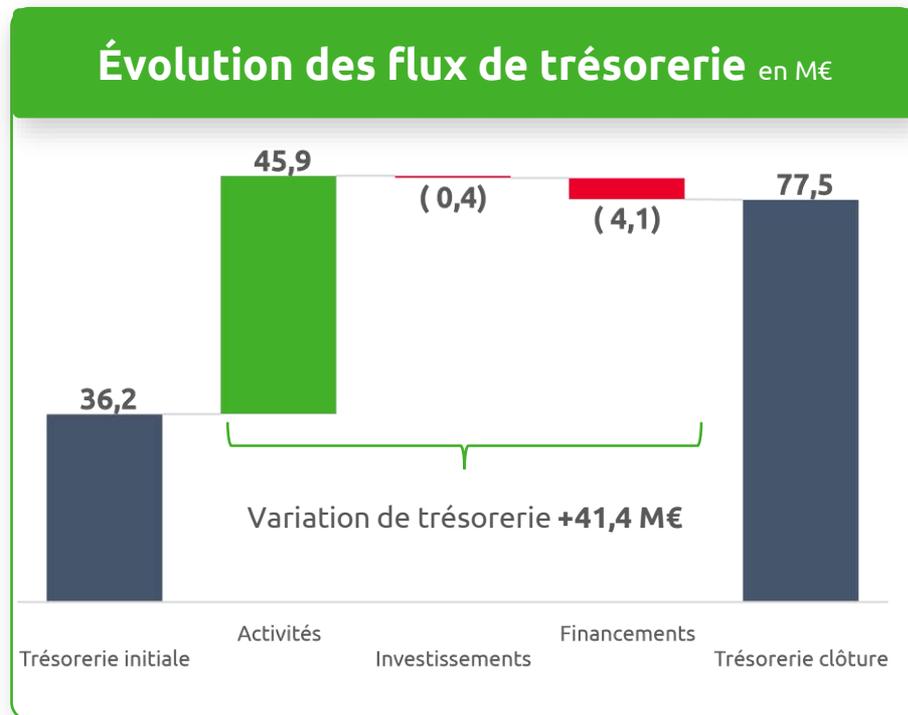
vs 2020

FOCUS BFR



Free Cash flow positif en 2021

Flux de trésorerie simplifiés, en M€	31.12.2021
Flux de trésorerie sur les activités	45,9
Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles	(3,7)
Cessions d'immobilisations	1,1
Flux de trésorerie des activités abandonnées	2,2
Flux de trésorerie sur les investissements	(0,4)
Dividendes versés aux minoritaires	(0,2)
Remboursement de dettes locative	(3,0)
Charges d'intérêts décaissées nettes	(1,1)
Variation nette des autres actifs et passifs financiers	0,6
Flux de trésorerie des activités abandonnées	(0,3)
Flux de trésorerie sur les financements	(4,1)
Variation de trésorerie	41,4
Trésorerie et équivalents à la clôture	77,5



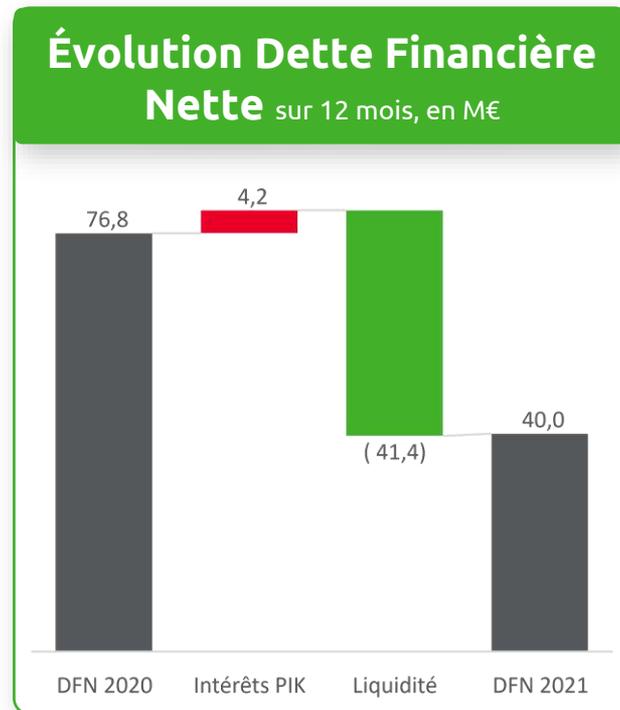
Forte réduction de la dette financière nette

en M€	31.12.2021	31.12.2020	Var.
Dette financière brute <i>(hors dettes locatives IFRS 16)</i>	123,8	119,8	+3,4%
Trésorerie*	80,5	39,2	+105,6%
Autres instruments financiers	3,3	3,8	-15,1%
Dette Financière Nette	40,0	76,8	-47,9%
Gearing (DFN/ Capitaux Propres)	53%	183%	

Une clause d'excess cashflow serait applicable, sur la base du niveau de trésorerie généré en 2021, pour un montant maximum de 24,4 M€ qui serait décaissable au 3^{ème} trimestre 2022

Pas de clause de remboursement anticipé avant le 30 juin 2022

A partir de cette date, le Groupe s'engage à respecter un niveau de ratio de levier inférieur à 6,5 au 31 décembre 2022 (dette nette sur EBITDA 12 mois)



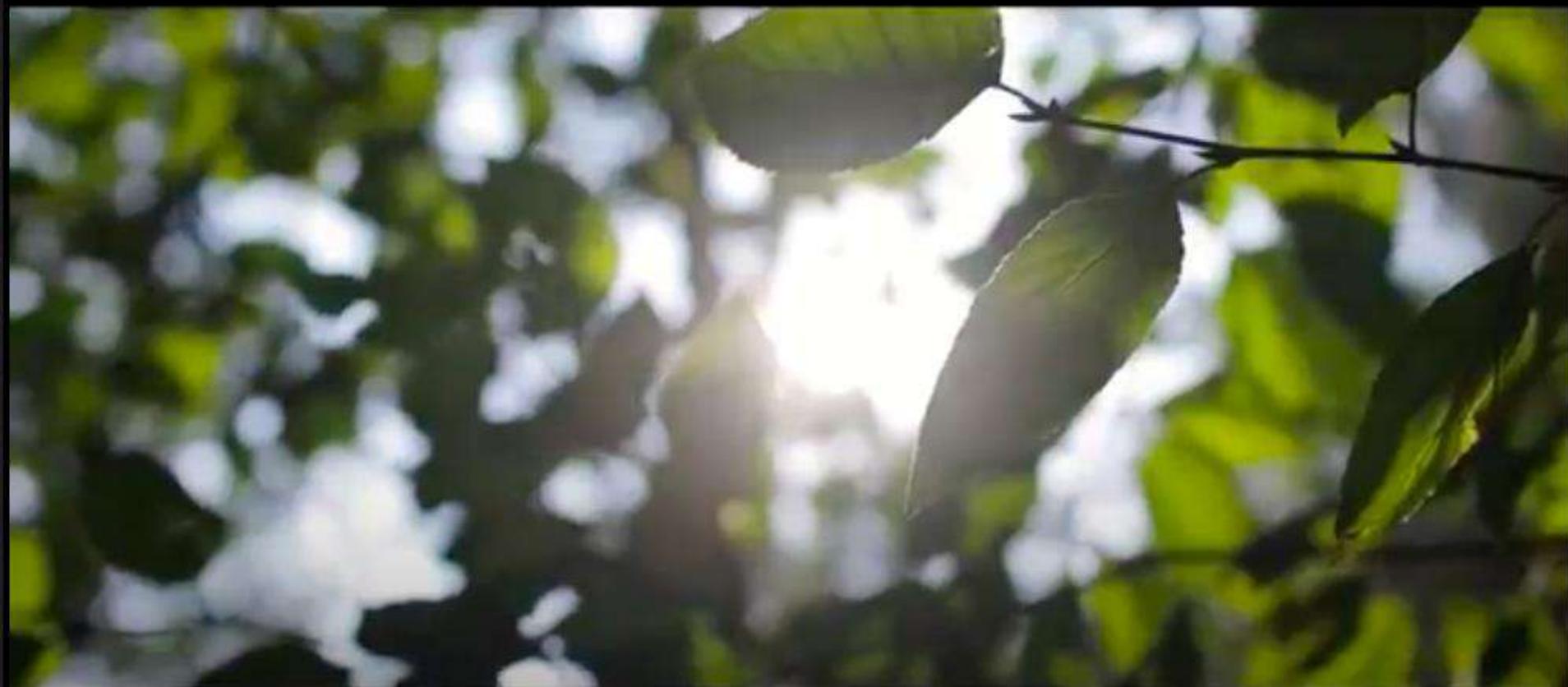
* incluant 3,0 M€ de ligne de découvert

Agenda

- 1 **Mr.Bricolage**
Présentation du Groupe
- 2 **Une transformation réussie**
Plan REBOND
- 3 **D'excellentes performances**
Résultats annuels 2021
- 4 **Plan stratégique 1Pacte**
2022-2025

1pacte

**Notre engagement collectif
pour une croissance durable**



0:00 / 1:59



1pacte

Devenir les champions de la relation humaine, leaders de la proximité, engagés au cœur des territoires.

Cet engagement doit contribuer à la réussite pour toutes les parties prenantes du Groupe et de ses réseaux.

1Pacte 2022-2025

Axes stratégiques

RÉSEAUX

Accélérer le développement des réseaux et la modernisation des magasins au concept 4 Piliers pour dépasser 1000 PDV en 2025

↗ taux d'emprise

ORGANISATION & SYSTÈMES

Refondre le schéma directeur des SI
Déployer le nouvel outil de gestion en magasin
(CGI Retail, démarré en janvier 2022)

↗ performance globale

OFFRE

Poursuivre le renouvellement de l'offre avec des gammes plus performantes et éco-responsables

↗ masse achat

CLIENTS

Améliorer et exploiter la connaissance clients pour fidéliser et mieux diriger les flux de ventes (magasins, web)

↗ capacités CRM

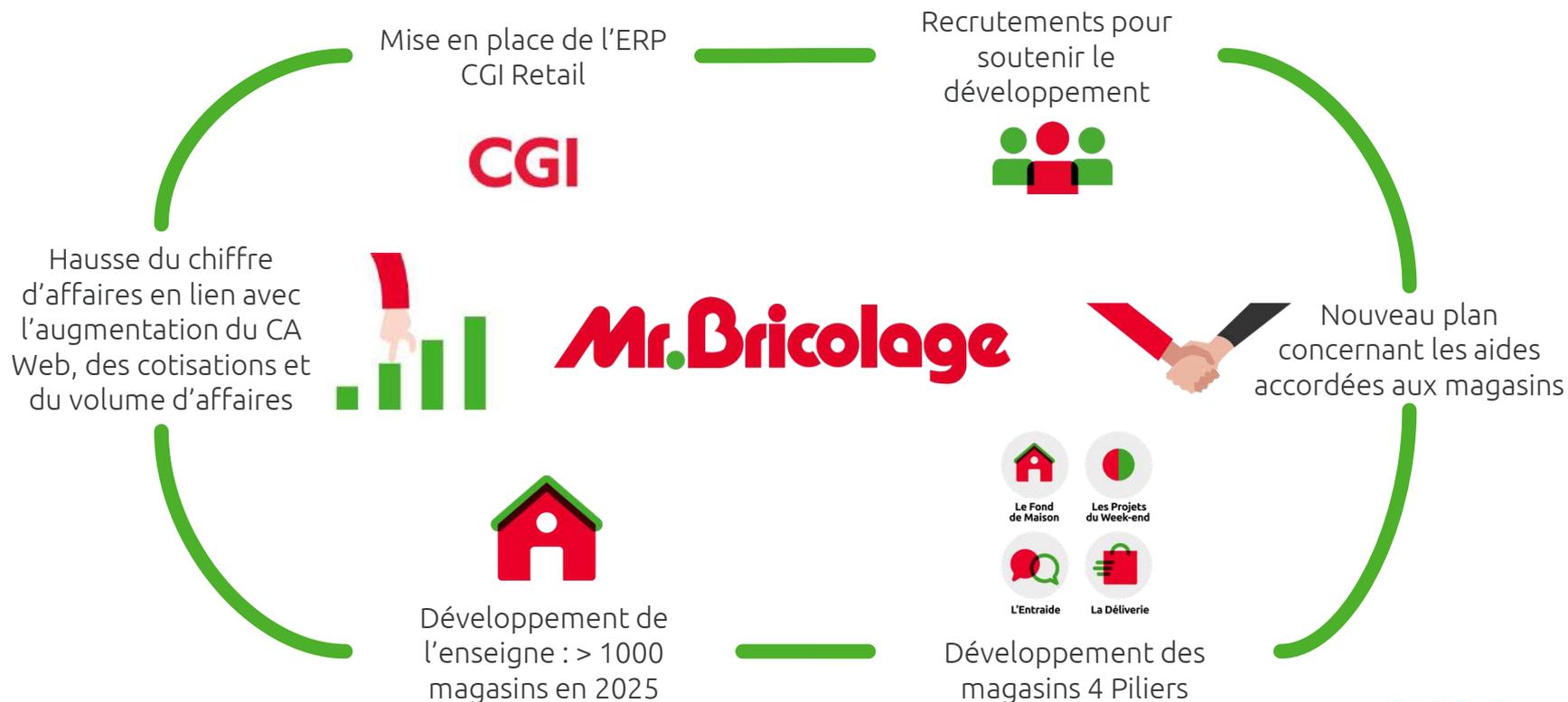
RSE

Transformer les pratiques, les métiers et les opérations
Mise en place de 3 comités RSE

↗ développement durable

1Pacte réseau

Accompagner la performance et la croissance du réseau



1 Pacte réseau

Transformation permanente au service de la compétitivité et de la croissance

Élever le niveau de serviabilité
des magasins et du siège

Améliorer l'expérience collaborateurs
en magasins et au siège



Accompagner la mise en œuvre du concept 4 Piliers
dans les magasins

Uniformiser les pratiques managériales
en magasins et au siège



1Pacte SDSI

Des enjeux de performances à tous les niveaux de l'organisation

**Référentiel
PRODUITS**

**Améliorer et
fluidifier les
échanges de
données**

*Productivité des
collaborateurs*

**Contrôler et qualifier
les données
diffusées dans et à
l'extérieur de
l'entreprise**

Fiabilité de la donnée

**Accélérer la
digitalisation de
l'entreprise**

*Efficacité des
équipes et des
opérations*

**Référentiel
MAGASINS**

**Mieux connaître
nos clients**

*Mieux mesurer la
pertinence des actions*

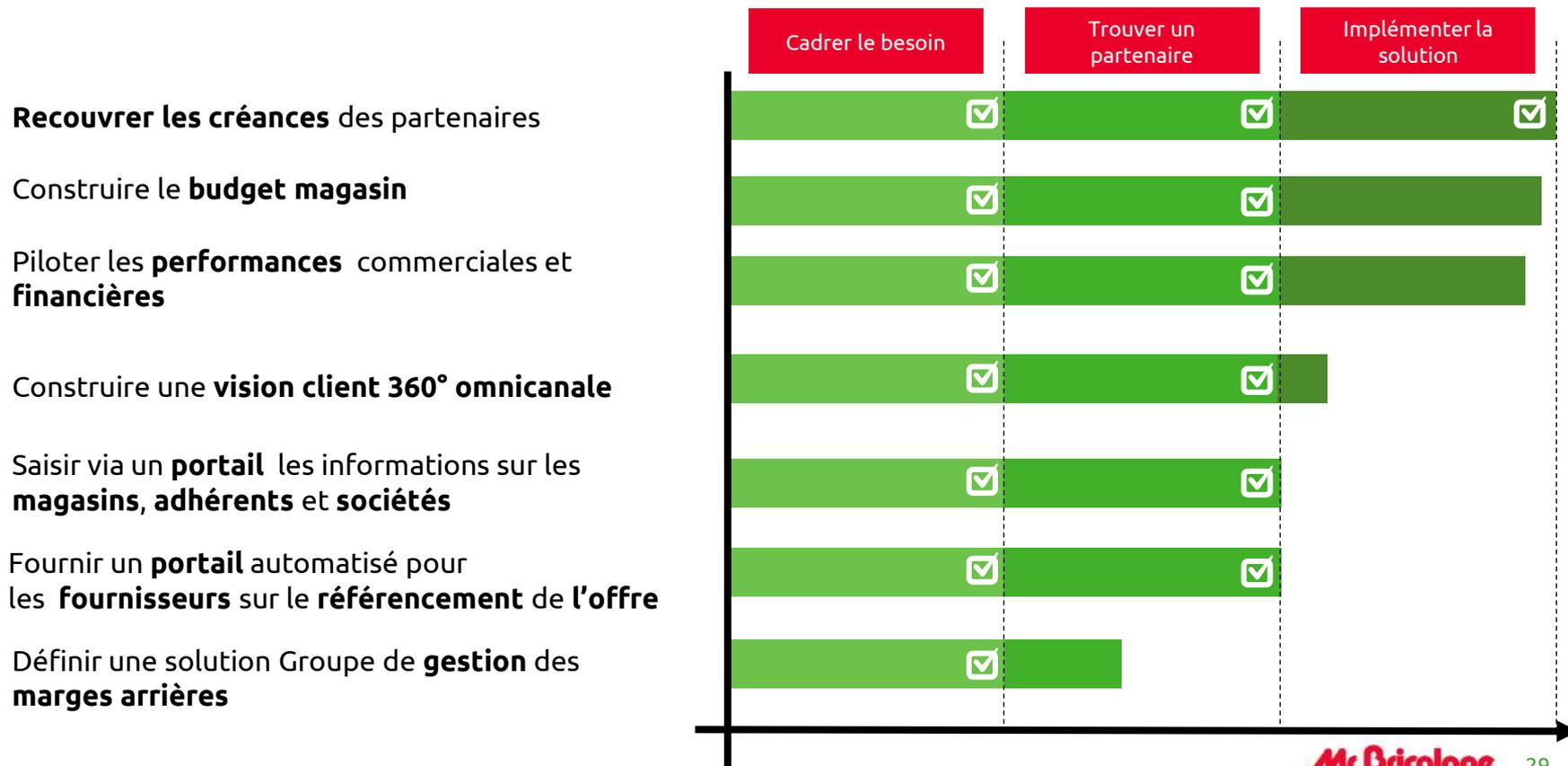
**Mieux répondre aux
évolutions
réglementaires**

**Améliorer
l'expérience d'achat
et l'engagement des
clients finaux**

**Référentiel
CLIENTS**

1Pacte SDSI

La clé de la performance et de la rentabilité



1 Pacte offre

Proposer une offre large, visible, accessible et de plus en plus responsable

Renforcer la compétitivité des gammes

Poursuivre la montée en puissance d'Inventiv (marque propre)

Développer et marketer une offre éco-responsable, avec Inventiv en fer de lance

Augmenter le taux de fidélité à l'offre des affiliés

Atteindre 200 000 références à horizon 2025

Déployer la livraison directe entrepôts / fournisseurs



**Masse
achat**



Marges



**Image de
marque**

+/- 15
changements
de gammes
prioritaires /
ans

+60%
de produits
d'origine
européenne
aujourd'hui

inventiv



1 Pacte e-commerce

Une stratégie assumée et de plus en plus ambitieuse

1 - web to store

du site e-commerce au magasin



Je commande
sur mr-bricolage.fr



Je reçois
ma confirmation



Je retire
ma commande
en magasin



Modernisation du SDSI
et des entrepôts



Livraisons directes
Entrepôts / Fournisseurs



CA
e-commerce

La Délivrie



2 - store to web

du magasin au site e-commerce



Je suis
dans mon magasin



Je commande
sur mr-bricolage.fr



Je me fais livrer
en magasin
ou à domicile

1Pacte clients

Accompagner le développement et la fidélisation du client final

Mieux connaître les clients en exploitant l'information disponible, voire en la monétisant

Améliorer l'expérience d'achat en magasins et en ligne

Renforcer la relation client en développant des services

Systematiser la mise en place de clients ambassadeurs (Brico Testeurs)

Inscrire le réseau adhérents dans l'économie circulaire



**Masse
achat**



**Parts de
marché**



**+1,27m
clients fidèles**

SERVICES & POST-ACHAT RENFORCÉS

On vous
rend service



La carte de
Fidélité



La livraison
à domicile



L'aide au
chargement



La découpe
de bois



La mise en
service



Réemploi



Réutilisation



Réparation



Recyclage

1Pacte clients

Renforcer la stratégie marketing 360°

NOTORIÉTÉ



**Nouveau Film 30s
+ 4 films produits 20s**



ENGAGEMENT



267 000
fans



41 500
abonnés



12 305
abonnés



**LE CLUB
BRICO-TESTEURS
Mr. Bricolage**

+ 2500
ambassadeurs

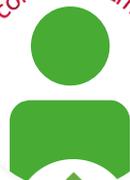


#Personnalisation

#Agilité

#Réactivité

CONTACTABILITÉ



Il y a 2 min

Neige en vue ! Nous avons le plaisir de vous informer que votre magasin de Saint-Étienne a tout le nécessaire pour déneiger et protéger votre jardin et maison !

1Pacte RSE

3 leviers pour atteindre une croissance durable

MAGASINS



Construction des bâtiments, insertion dans l'environnement local



Consommation d'énergie



Mobilité responsable



Recyclage des déchets et valorisation des produits en fin de vie

PRODUITS



Développer et sélectionner des produits éco-responsables



Faire de la marque distributeur Inventiv le fer de lance de l'engagement RSE



Favoriser les produits ayant une contribution positive sur l'environnement

SOCIAL



Engager toutes les communautés (magasins, clients, fournisseurs, etc.)



Améliorer l'expérience des collaborateurs en magasins et aux sièges



Uniformiser les pratiques managériales en magasins et aux sièges

Engagements éco-responsables

Mr Bricolage soutient ses fabricants français !

En favorisant des partenariats avec des entreprises situées à proximité de nos magasins, nous rendons accessibles partout en France les savoir-faire locaux régionaux. Découvrez au fil de ce catalogue notre sélection de produits fabriqués en France.

Mr.Bricolage S'engage!

Mr.Bricolage S'engage!

auprès des fabricants français pour mettre vos régions dans nos rayons

Mr.Bricolage
Faites-le vous-même, mais pas tout seul.



Entre Voisins magazine

Fabriqué en France

Mr.Bricolage S'engage!

AUPRÈS D'ENTREPRISES RESPONSABLES POUR FABRIQUER DES PRODUITS QUI LE SONT AUSSI

La sieste dure très très longtemps!

Avec une fabrication Française garantie, Lafuma mise sur une durabilité de ses produits et ainsi lutter contre l'obsolescence programmée.



34€⁹⁰
CHAISE LONGUE LAFUMA
100% FRANCE
Lafuma



6€⁹⁰
SOIT 100 LE KILO
DE CHARBON
DE BOIS SOLER
(PUI 1000)

Vive le charbon... électrique!

Avec une méthode révolutionnaire de production de son charbon de bois, Soler permet la production d'électricité verte pour l'équivalent de 15 000 foyers.

Mr.Bricolage
Faites-le vous-même, mais pas tout seul

1Pacte

Un plan stratégique au service de la croissance et de la performance



2022

Aides magasins en échange de prolongement de 6 à 9 ans des contrats adhérents

2023

Marketing & CRM

2024

Elargissement de la stratégie digitale (direct entrepôts / fournisseurs)

2025

Hausse des honoraires externes : transformation humaine & démarche RSE

1Pacte

Les facteurs clés de succès



**Chiffre
d'affaires**

Développer
le réseau



**Masse
achat**

Accroître le taux de
fidélité Mr.Bricolage
France



Services

Investissements
puis mutualisation



**Coûts
d'exploitation**

Baisser les ratios
d'exploitation

- Moderniser** les outils logistiques et informatiques
- Augmenter** la surface de stockage
- Anticiper** les approvisionnements

2022

Attentes & Perspectives

1pacte

Développement
des réseaux de
magasins sous
enseignes et
affiliés,
en France et à
l'international

>1000
points de vente
en 2025

Accélérer le
déploiement du
concept **4 Piliers**

+/- 30
modernisations
déjà prévues en 2022

Mettre en œuvre
la **transformation**
humaine des
sièges et des
réseaux

RSE
formalisation
accélérée

Groupe
Mr.Bricolage

Des questions ?