



Notre engagement collectif
pour une croissance durable

PLAN STRATEGIQUE 2022-2025

Mr.Bricolage

RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2022

De bonnes performances dans un marché en phase d'atterrissage

Premier semestre de déploiement du plan 1Pacte au service de la croissance durable

Orléans, le 27 juillet 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 pour le premier semestre 2022, arrêtés par le Conseil d'administration réuni ce 27 juillet 2022. Dans un marché qui se normalise après une phase de croissance forte durant la crise sanitaire, le volume d'affaires des réseaux du Groupe affiche une croissance de 16,3 % à magasins comparables par rapport au 1^{er} semestre 2019, année de référence avant la crise sanitaire. La mise en œuvre du plan 1Pacte, plan stratégique 2022-2025 pour inscrire le Groupe dans une croissance durable, progresse, en particulier la modernisation des systèmes d'information et les actions en matière de RSE. Enfin, les bonnes performances opérationnelles et financières du Groupe ont permis de négocier un refinancement de sa dette.

« Ce premier semestre marque véritablement le lancement de notre plan 1Pacte 2022-2025, notre engagement collectif pour une croissance durable. Les chantiers présentés il y a 6 mois sont bien engagés, soutenus par l'adhésion des équipes du siège et en magasins à cette stratégie ambitieuse, moderne et fidèle aux valeurs de l'enseigne. Je remercie toutes les équipes mobilisées avec enthousiasme et détermination dans la réussite de ce plan.

Aujourd'hui, la solidité de notre Groupe, la compétitivité de notre enseigne, la transformation et la modernisation de notre organisation nous assurent une meilleure résilience et nous permettent d'accompagner pleinement nos réseaux dans cette période marquée par des incertitudes économiques et géopolitiques. Après le grand bond en avant du secteur pendant la crise sanitaire, il est normal que notre marché se stabilise. C'est dans ce cadre que nous devons continuer à démontrer notre solidité et notre capacité à accompagner des adhérents-entrepreneurs, toujours plus nombreux à nous rejoindre, dans le développement de leurs performances commerciales et la modernisation de leurs points de vente », a commenté Christophe Mistou, Directeur général du Groupe Mr.Bricolage.

I - FAITS MARQUANTS DU 1^{ER} SEMESTRE 2022

Volume d'affaires et développement des réseaux

Au 30 juin 2022, les réseaux adhérents et affiliés en France et à l'international comptent **925 magasins, contre 908 à fin décembre 2021**. Sur le semestre, le Groupe enregistre un solde net de 17 nouveaux points de vente, dont 1 pour l'enseigne Mr.Bricolage. La dynamique de croissance est conforme à l'objectif d'atteindre 1 000 points de vente à fin 2025. Ensemble, ces magasins représentent un volume d'affaires global d'environ 1,2 milliard d'euros. Par rapport au 1^{er} semestre 2021, la dynamique commerciale, après avoir été stimulée par la crise sanitaire, se normalise avec un recul de -5,7 % à surfaces courantes et de -7,4 % à magasins comparables. Cette tendance, attendue, n'atténue que légèrement la hausse enregistrée pendant la crise sanitaire avec une croissance affichée de 16,3 % par rapport au 1^{er} semestre 2019.

En France, les réseaux du Groupe Mr.Bricolage totalisent 853 magasins au 30 juin 2022 contre 836 au 31 décembre 2021, soit un solde net de 17 nouveaux points de vente. Ensemble, ces magasins réalisent un volume d'affaires d'1,0 milliard d'euros, en croissance de 16,4 % par rapport au 1^{er} semestre 2019 à magasins comparables, proche de l'évolution du marché sur la période (+16,9 %)¹. **Les magasins de l'enseigne Mr.Bricolage en France métropolitaine** sont quant à eux également en progression de 16,9 %.

À l'international, l'enseigne Mr.Bricolage génère un volume d'affaires de 156,4 M€ en recul de -2,1 % à magasins comparables, avec toujours 72 magasins hors de France répartis dans 10 pays.

La progression des **ventes e-commerce**, (hors *click-and-collect* = retrait 2h) à 5,5 M€, en croissance de +44,1 %, se poursuit sous l'effet du développement de l'offre en livraison direct fournisseur et de l'augmentation des références disponibles sur www.mrbricolage.fr. Les ventes réalisées en *click-and-collect* sont directement intégrées dans le chiffre d'affaires des magasins.

Volume d'affaires TTC en M€	Nbre de magasins	30.06.2022	Var. à surfaces courantes	Var. à mag. comparables vs. S1 2021	Var. à mag. comparables vs. S1 2019
Ventes en magasins	925	1 182,6	-5,9%	-7,4%	+16,3%
- France ⁽²⁾	853	1 026,3	-6,7%	-8,3%	+16,4%
- International ⁽³⁾	72	156,4	-0,2%	-2,1%	+16,0%
Ventes e-commerce ⁽⁴⁾ hors <i>click-and-collect</i>	-	5,5	+44,1%	NA	NA
Total	925	1 188,1	-5,7%	-7,4%	+16,3%

(2) Dont 319 magasins sous enseigne Mr.Bricolage, 105 magasins sous enseigne Les Briconautes et 429 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*).

Déploiement du concept 4 Piliers

Avec un total de 65 magasins de l'enseigne Mr.Bricolage passés au concept 4 Piliers à fin juin 2022, le déploiement du concept 4 Piliers se poursuit dans un contexte d'incertitude géopolitique et d'inflation qui ralentit ponctuellement les projets d'investissements. Dans le cadre du plan 1Pacte, Mr.Bricolage SA propose des solutions aux adhérents-entrepreneurs désireux de moderniser leurs magasins en contrepartie d'une durée de charte de l'adhérent accrue. 14 autres projets de déploiement sont prévus d'ici la fin de l'année 2022.

¹ Indice Banque de France du 20 juillet 2022, comparé au 30 juin 2019.

Parmi les projets qui devraient se concrétiser sur le second semestre, Mr.Bricolage inaugurera à la rentrée prochaine son retour au centre de Paris avec un magasin de proximité de 689 m², aux couleurs du concept 4 Piliers, situé aux Ateliers Gaîté, à Paris-Montparnasse.

Mise en œuvre du plan 1Pacte

1Pacte poursuit 4 objectifs - Offre, Clients, Réseaux, RSE - en s'appuyant sur deux leviers - Transformation humaine et Systèmes d'information. La modernisation du SDSI au siège et en magasin progresse. Elle contribue à une gestion plus agile des stocks, des prix et du suivi des clients. A ce jour, 23 magasins sont équipés de la solution CGI Retail, et près de 50 magasins de plus seront équipés sur le second semestre.

Par ailleurs, plusieurs projets ont été mis en œuvre pour rendre les magasins plus vertueux et responsables :

- **La signature de partenariats pour déployer des bornes de recharge** sur les parkings des magasins de ses réseaux. À la fin de l'année 2022, près d'une vingtaine de points de vente du Groupe Mr.Bricolage devraient être équipés de bornes de recharge rapide et ultra-rapide, afin de permettre à leurs clients de recharger leurs véhicules pendant leurs achats.
- **La négociation d'une offre pour l'installation et la fourniture d'éclairage LED** dans les magasins. Cette technologie concourt fortement à la réduction des consommations, ce qui a tout son sens à la fois en matière de sobriété et de gestion des prix de l'énergie.
- **Le lancement du service d'autodiagnostic Spareka** sur le site marchand pour accompagner les clients dans la réparation de leurs outils et produits électroménagers.

Afin de faire un premier diagnostic et de mettre en lumière les axes de progression en matière de RSE **une évaluation a été effectuée par EthiFinance**, une agence indépendante d'analyse extra-financière. Quatre domaines (gouvernance, capital humain et transformation, environnement, parties prenantes) ont été couverts. Mr.Bricolage obtient une note de 61/100, qualifiée « avancée » par l'analyse, et qui témoigne de l'engagement du Groupe dans ces domaines.

II – RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2022

Les résultats du 1^{er} semestre ont été arrêtés par le Conseil d'administration réuni ce 27 juillet 2022. Suite au transfert sur Euronext Growth Paris fin mars 2020, les états financiers du 1^{er} semestre ne sont plus audités par les Commissaires aux comptes.

Comptes consolidés simplifiés, en M€	30/06/2022	30/06/2021	Variation
Chiffre d'affaires consolidé	175,5	176,2	-0,4%
EBITDA	19,5	25,2	-22,8%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>11,1%</i>	<i>14,3%</i>	-
Résultat opérationnel courant	15,8	19,1	-17,3%
Autres produits et charges opérationnels non courants	-	(0,2)	-
Résultat opérationnel	15,8	19,0	-16,7%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>9,0%</i>	<i>10,8%</i>	-
Résultat financier	(1,2)	(2,3)	+49,3%
Contribution des SME	0,9	1,3	-28,2%
Impôts sur les résultats	(2,0)	(1,9)	+5,4%
Résultat après impôt des activités maintenues	13,5	16,0	-15,5%
Résultat après impôt des activités abandonnées*	0,9	2,4	-63,5%
Résultat de l'exercice	14,4	18,4	-21,7%
- dont quote-part du Groupe	14,4	18,4	-
- dont quote-part des minoritaires	NS	NS	-

*Suite au reclassement de l'activité magasins intégrés en activité abandonnée intervenu fin 2019, le secteur « Commerces » n'est plus présenté.

Chiffre d'affaires

Comptes consolidés simplifiés en M€

	30/06/2022	30/06/2021	Variation
Chiffre d'affaires consolidé	175,5	176,2	-0,4%
<i>dont Ventes de marchandises</i>	<i>128,8</i>	<i>126,4</i>	<i>+1,9%</i>
<i>dont Ventes de prestations</i>	<i>46,6</i>	<i>49,8</i>	<i>-6,3%</i>

Le **chiffre d'affaires consolidé du 1^{er} semestre 2022** s'élève à 175,5 M€, quasi stable (-0,4 %) par rapport au 1^{er} semestre 2021. La hausse de 1,9 % des ventes de marchandises est liée notamment à l'évolution des transactions e-commerce (hors click-and-collect), à la poursuite des changements de gammes et au contexte inflationniste. Le recul de -6,3 % des prestations de services est lié à l'évolution du volume d'affaires et d'achat des magasins au cours de cette période, et à un mix produit moins favorable sur ce semestre.

EBITDA / Résultat opérationnel

Les opérations du Groupe reflètent la hausse des dépenses liées à la mise en œuvre du plan 1Pacte et l'évolution du volume d'affaires, en ligne avec les attentes du Groupe. Dans un environnement international requérant agilité et anticipation, Mr.Bricolage soutient le développement de ses réseaux d'adhérents et d'affiliés et déploie des solutions aux services de la compétitivité, de la RSE et plus généralement d'une stratégie de croissance durable. Ainsi, au 1^{er} semestre, Mr.Bricolage génère un EBITDA de 19,5 M€, soit une marge d'EBITDA de 11,1 %. Le résultat opérationnel, à 15,8 M€, représente une marge opérationnelle de 9,0 %, contre 10,8 % au 1^{er} semestre 2021, une année qualifiée d'exceptionnelle.

Résultat net

Le résultat financier est de (1,2) M€ en ligne avec la baisse prévue du coût du crédit syndiqué mis en place fin 2019. Compte tenu d'une charge d'impôt de (2,0) M€, d'un résultat des sociétés mises en équivalence de 0,9 M€ et du résultat après impôt des activités abandonnées de 0,9 M€, le résultat net ressort à 14,4 M€, soit une marge nette de 8,2 %, contre 10,4 % au 1^{er} semestre 2021. Il est conforme aux ressources consacrées à la mise en œuvre du plan 1Pacte, et au remboursement de la dette.

Endettement net et refinancement

À fin juin 2022, le Groupe avait utilisé l'intégralité de la capacité de tirage dans le cadre du contrat de crédit du 16 octobre 2019 et sa dette financière nette ressortait à 29,2 M€, contre 40 M€ à fin 2021. Au 30 juin 2022, la trésorerie disponible du Groupe s'élevait à 90,1 M€ (contre 80,5 M€ à fin 2021), incluant l'utilisation de la ligne de découvert de 2,3 M€. Au 30 juin 2022, le ratio de levier financier prévu dans ce contrat de crédit était respecté.

Le 21 juillet 2022, Mr.Bricolage a obtenu l'accord de ses partenaires bancaires pour la conclusion d'un nouveau crédit syndiqué d'un montant de 100 M€.

Ce crédit syndiqué qui doit être contractualisé fin septembre 2022 comprendra 50 M€ de dette senior, amortie à hauteur de 60% sur la période 2023-2026, avec un remboursement in fine de 20 M€ en 2027, et 50 M€ de financements courants répartis sur plusieurs tranches, avec une maturité à 5 ans.

A hauteur de 80 M€, ce crédit servira au refinancement de la dette existante qui s'élève à 120,5 M€, le solde (40,5 M€) étant financé par la trésorerie de la Société. Pour le complément (20 M€), ce crédit prévoira une ligne de financement de dépenses d'investissement (capex) qui pourra être tirée dans les 24 mois suivant la conclusion du nouveau crédit.

Avec la conclusion de ce nouveau crédit syndiqué, la clause d'excess cash flow prévue dans l'actuel contrat de crédit (en date du 16 octobre 2019) qui aurait conduit Mr.Bricolage à payer, au 3^{ème} trimestre 2022, un montant de 24,4 M€ (sur la base des résultats 2021) deviendra sans objet pour cet exercice et les suivants. Les nouveaux covenants applicables concerneront le ratio de levier Dette nette / EBITDA 12 mois.

IV – PERSPECTIVES 2022

Au cours du second semestre 2022, le Groupe va poursuivre le déploiement du plan 1Pacte pour renforcer sa compétitivité et répondre aux enjeux d'une croissance responsable avec les objectifs suivants :

- **Développement du réseau** de magasins sous enseignes et affiliés, en France et à l'international, pour atteindre l'ambition de plus de 1000 points de vente dès 2025 ;
- **Accompagnement resserré des adhérents-entrepreneurs du réseau** dans la modernisation de leurs magasins selon le concept 4 Piliers ;
- Accélération de la **Transformation humaine** des équipes siège et réseaux au service de l'ambition commune d'être les champions de la relation humaine pour une **croissance durable**.

Au regard du contexte économique actuel (hausse des taux d'intérêt, inflation qui affecte le pouvoir d'achat des ménages, tensions sur les prix des matières premières et de l'énergie, conflit russo-ukrainien), le Groupe Mr.Bricolage table sur un environnement de marché moins favorable au second semestre 2022 qu'au cours des deux précédentes années.

Toutefois, le Groupe s'appuie sur des fondamentaux solides, un cap clair et se donne les moyens de renforcer sa compétitivité pour poursuivre sa trajectoire de croissance. L'évolution des ratios de rentabilité tiendra compte des investissements prévus dans le cadre du plan 1Pacte. Sur les 4 prochaines années, le plan prévoit une montée en charge des investissements liée à la mise en œuvre du plan 1Pacte, que le Groupe adapterait si les conditions devaient évoluer.

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 2022, le Groupe compte 925 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@mrbricolage.fr, 07 83 35 96 93
- **Presse financière et investisseurs** - Marie Calleux, mrbricolage@calyptus.net, 01 53 65 68 68