



Notre engagement collectif  
pour une croissance durable

PLAN STRATEGIQUE 2022-2025

**Mr.Bricolage**

## RÉSULTATS ANNUELS 2022

**Avec 977 magasins au 1<sup>er</sup> janvier 2023, la dynamique de croissance est engagée pour atteindre l'objectif de 1000 points de vente avant fin 2025.**

**La mise en œuvre du plan 1Pacte, pour inscrire le Groupe dans une croissance durable, se poursuit.**

**Orléans, le 15 mars 2023 à 18h00 CET - Mr.Bricolage SA, fédérateur du commerce indépendant de proximité pour l'embellissement de la maison et du jardin présente ses résultats annuels consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2022, arrêtés par le Conseil d'administration réuni ce 15 mars 2023. Après une phase de croissance forte durant la crise sanitaire et dans un marché qui s'est normalisé en 2022, le volume d'affaires des réseaux du Groupe à environ 2,4 milliards d'euros est en hausse de 16,6 % à magasins comparables par rapport à 2019, année de référence avant la crise sanitaire. La mise en œuvre du plan stratégique 1Pacte progresse, en particulier la modernisation des systèmes d'information et les actions en matière de RSE. Avec un EBITDA à 35,5 M€ (11,6 % du CA), la montée en charge de ce plan est maîtrisée, les bonnes performances opérationnelles et financières du Groupe ont permis un refinancement de sa dette.**

*« Nous avons lancé en 2022 notre plan 1Pacte 2022-2025, notre engagement collectif pour une croissance durable. La mise en œuvre des différentes actions engagées dans le cadre de ce plan avance bien grâce à la mobilisation des équipes du siège et des magasins. Leur adhésion collective à notre stratégie ambitieuse, fidèle à nos valeurs et en phase avec l'évolution des attentes de nos clients, est majeure.*

*Alors que nos résultats confirment la santé financière recouvrée du Groupe, dans un contexte de profonde et durable mutation du marché du travail, nous continuons de transformer en profondeur notre organisation autour du triptyque compétences-autonomie-responsabilité pour recruter et fidéliser des talents engagés, piliers essentiels de notre croissance future.*

*Porté par notre modèle de proximité et notre démarche d'amélioration permanente des services proposés à nos réseaux, le développement de Mr.Bricolage s'accroît en France et à l'international. Dans un contexte économique marqué par le retour de l'inflation et une situation géopolitique troublée, nous devons continuer à faire la démonstration de notre capacité à accompagner des entrepreneurs volontaires et engagés, dans le développement de leurs performances commerciales et la modernisation de leurs points de vente », a déclaré Christophe Mistou, Directeur général du Groupe Mr.Bricolage.*

## I - FAITS MARQUANTS 2022

### Volume d'affaires et développement des réseaux

Au 31 décembre 2022, **les réseaux adhérents et affiliés en France et à l'international** comptaient 920 magasins, contre 908 à fin 2021. Au 1<sup>er</sup> janvier 2023, le nombre de magasins est porté à 977 reflétant les ralliements d'adhérents et d'affiliés négociés en 2022 pris en compte au 1<sup>er</sup> janvier 2023 pour des raisons de gestion calendaire et contractuelle. La dynamique de croissance des réseaux est bien engagée pour atteindre l'objectif de 1000 points de vente avant fin 2025.

**L'ensemble de ces magasins** représente un volume d'affaires global d'environ 2,4 milliards d'euros au 31 décembre 2022. Par rapport à 2021, la dynamique commerciale, après avoir été stimulée par la crise sanitaire, se normalise avec un recul de -0,6 % à surfaces courantes et de -2,1 % à magasins comparables. Cette tendance attendue avait été communiquée et la croissance globale du volume d'affaires reste de +16,6 % par rapport à 2019, avant la crise sanitaire.

**En France**, les réseaux du Groupe Mr.Bricolage totalisent 903 magasins au 1<sup>er</sup> janvier 2023 contre 846 au 31 décembre 2022, soit un solde net de 57 nouveaux points de vente en ce début d'année. En France, le volume d'affaires 2022, est de 2,02 milliards d'euros, en croissance de 16,1 % par rapport à 2019 à magasins comparables. Les magasins sous enseigne Mr.Bricolage en France métropolitaine progressent de +16,6 %, en ligne avec l'évolution du marché sur la période (+16,6 %)¹.

**À l'international**, l'enseigne Mr.Bricolage génère un volume d'affaires de 322,5 M€ en croissance de 3,3 % à magasins comparables. En 2022, le Groupe a fédéré deux nouveaux points de vente Mr.Bricolage : un douzième magasin en Bulgarie et un deuxième magasin au Gabon. L'enseigne totalise ainsi 74 magasins hors de France répartis dans 10 pays.

**Les ventes e-commerce** (hors *click-and-collect* = retrait 2h) à 9,8 M€ progressent de +43,6 %. Cette progression est le fruit du développement de l'offre en livraison directe fournisseur et de l'augmentation des références disponibles sur [www.mrbricolage.fr](http://www.mrbricolage.fr). Les ventes réalisées en *click-and-collect* sont directement intégrées dans le chiffre d'affaires des magasins.

<b>Volume d'affaires TTC en M€</b>	<b>Nbre de magasins</b>	<b>31.12.2022</b>	<b>Var. à surfaces courantes</b>	<b>Var. à mag. comparables vs 2021</b>	<b>Var. à mag. comparables vs 2019</b>
<b>Ventes en magasins</b>	<b>920</b>	<b>2 343,3</b>	<b>-0,7 %</b>	<b>-2,1 %</b>	<b>+16,6 %</b>
- France <sup>(a)</sup>	846	2 020,8	-1,6 %	-3,1 %	+16,1 %
- International <sup>(b)</sup>	74	322,5	+5,4 %	+3,3 %	+19,2 %
Ventes e-commerce <sup>(c)</sup> hors <i>click-and-collect</i>	-	9,8	+43,6 %	NA	NA
<b>Total</b>	<b>920</b>	<b>2 353,1</b>	<b>-0,6 %</b>	<b>-2,1 %</b>	<b>+16,6 %</b>

(a) Dont 319 magasins sous enseigne Mr.Bricolage, 97 magasins sous enseigne Les Briconautes et 430 magasins affiliés sous enseignes indépendantes. Au 1<sup>er</sup> janvier 2023, la répartition est la suivante : 319 magasins sous enseigne Mr.Bricolage, 106 magasins sous enseigne Les Briconautes et 478 magasins affiliés sous enseignes indépendantes

(b) 74 magasins sous enseigne Mr.Bricolage dans 10 pays : Andorre (1), Belgique (44), Bulgarie (12), Chypre (1), Côte d'Ivoire (1), Gabon (2), Macédoine (1), Madagascar (1), Maroc (9), Maurice (2).

(c) 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 magasin

**Avec un total de 73 magasins de l'enseigne Mr.Bricolage remodelés au Concept magasin à fin 2022**, le déploiement du Concept magasin se poursuit dans un contexte d'incertitude géopolitique et d'inflation qui ralentit ponctuellement les projets d'investissements. Une trentaine de projets de déploiement sont déjà prévus pour cette année 2023.

1 Indice Banque de France au 31 décembre 2022, comparé au 31 décembre 2019.

## Mise en œuvre du plan 1Pacte

Le plan 1Pacte déployé depuis le début 2022 poursuit 4 objectifs - Offre, Clients, Réseaux, RSE - en s'appuyant sur deux leviers : la transformation humaine et l'évolution des Systèmes d'information. La modernisation du SDSI<sup>2</sup> au siège et en magasin progresse. Elle doit contribuer à une gestion plus agile des stocks, des prix et du suivi des clients.

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, 40 points de vente du Groupe Mr.Bricolage ont signé un contrat pour le déploiement de bornes de recharge rapide et ultrarapide.
- **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, un atout à la fois en matière de sobriété et de maîtrise des montants des factures d'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.

Au siège, Mr.Bricolage SA atteint un score de 96/100 à l'index d'égalité professionnelle Femmes – Hommes en 2022, chiffre qui n'a cessé de croître depuis 2019, ce qui démontre la pertinence et l'efficacité des mesures prises pour une meilleure égalité Femme-Homme.

## II – RÉSULTATS ANNUELS CONSOLIDÉS 2022

Les résultats annuels 2022 ont été arrêtés par le Conseil d'administration réuni ce 15 mars 2023. Les rapports des Commissaires aux comptes sont en cours d'émission.

Comptes consolidés simplifiés, en M€	31.12.2022	31.12.2021	Variation
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>306,5</b>	<b>302,7</b>	<b>+1,3 %</b>
- dont Services aux réseaux	306,5	302,7	+1,3 %
- dont Commerces (activité abandonnée) <sup>(1)</sup>	0,0	0,0	-
<b>EBITDA<sup>(2)</sup></b>	<b>35,5</b>	<b>39,6</b>	<b>-10,4 %</b>
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>11,6 %</i>	<i>13,1 %</i>	-
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>29,3</b>	<b>31,1</b>	<b>-6,0 %</b>
- dont Services aux réseaux	29,3	31,1	-6,0 %
- dont Commerces (activité abandonnée) <sup>(1)</sup>	0,0	0,0	-
Autres produits et charges opérationnels non courants	(1,9)	0,0	-
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>27,4</b>	<b>31,1</b>	<b>-12,1 %</b>
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>8,9 %</i>	<i>10,3 %</i>	-
<b>Résultat financier</b>	<b>(2,7)</b>	<b>(5,0)</b>	<b>+46,1 %</b>
Contribution des SME <sup>(3)</sup>	2,2	3,1	-29,0 %
Impôts sur les résultats	(5,2)	0,5	-
<b>Résultat après impôt des activités maintenues</b>	<b>21,6</b>	<b>29,7</b>	<b>-27,2 %</b>
<b>Résultat après impôt des activités abandonnées<sup>(1)</sup></b>	<b>1,1</b>	<b>4,2</b>	<b>-74,2 %</b>
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>22,7</b>	<b>34,0</b>	<b>-33,1 %</b>
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	<i>7,4 %</i>	<i>11,2 %</i>	-
- dont quote-part du Groupe	22,7	34,0	-33,1 %
- dont quote-part des minoritaires	NS	NS	

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

(2) EBITDA = « Résultat opérationnel courant » + « Amortissements et dépréciations ».

(3) Ce poste tient compte d'un changement de périmètre lié à une nouvelle participation à l'impact financier non significatif (-0,1 M€).

## Chiffre d'affaires

Comptes consolidés simplifiés en M€	31.12.2022	31.12.2021	Variation
Chiffre d'affaires consolidé	306,5	302,7	+1,3 %
<i>dont Ventes de marchandises</i>	217,4	210,5	+3,3 %
<i>dont Ventes de prestations</i>	89,1	92,2	-3,4 %

Le **chiffre d'affaires consolidé de 2022** s'élève à 306,5 M€, en hausse de 1,3 % avec une meilleure progression au 2<sup>ème</sup> semestre. La hausse de 3,3 % 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 -3,4 % des prestations de services est lié à l'évolution du volume d'affaires et d'achat des magasins et à un mix produit moins favorable en 2022.

## EBITDA / Résultat opérationnel

Après une année 2021 qualifiée d'exceptionnelle, le groupe Mr.Bricolage génère un EBITDA 2022 de 35,5 M€, soit une marge d'EBITDA de 11,6 %. Le résultat opérationnel, à 27,4 M€, représente une marge opérationnelle de 8,9 %. Conformément à ses attentes dans le cadre de la mise en œuvre du plan 1Pacte, le Groupe a augmenté ses dépenses et ses investissements aux services de la compétitivité, de la RSE et plus généralement d'une stratégie de croissance durable. Le Groupe dégage une marge brute d'autofinancement de 33,1 M€ (contre 38,8 M€ en 2021) gage du maintien de son agilité dans un contexte d'incertitude économique.

## Résultat net

Le résultat financier, à (2,7) M€, s'améliore de 2,3 M€. Il reflète principalement la baisse du coût du crédit syndiqué mis en place en 2019 prévoyant la capitalisation des intérêts jusqu'au 31 décembre 2021. Le résultat net s'établit à 22,7 M€, soit une marge nette de 7,4 %, contre 11,2 % en 2021, un niveau conforme aux ressources consacrées à la mise en œuvre du plan 1Pacte, et au remboursement de la dette. Il tient compte d'une charge d'impôt de (5,2) M€, d'un résultat des sociétés mises en équivalence de 2,2 M€, et d'un résultat après impôt des activités abandonnées de 1,1 M€. Celui-ci correspond à la reprise de provisions ou de dettes devenues sans objet à la suite de l'arrêt de l'activité « Commerce » sur 2019 et 2020.

## Endettement net et refinancement

À fin 2022, le Groupe a utilisé partiellement sa capacité de tirage dans le cadre du nouveau contrat de crédit signé le 28 septembre 2022 et sa dette financière nette ressort à 24,2 M€, contre 40 M€ à fin 2021.

Un nouveau crédit syndiqué d'un montant de 100 M€, a été contractualisé le 28 septembre 2022. Il s'entend sur la base d'une dette senior de 50 M€, 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. Les nouveaux covenants applicables concernent le ratio de levier Dette financière nette / EBITDA 12 mois.

Au 31 décembre 2022, ce crédit a servi au refinancement de la dette existante (soit 120,5 M€) à hauteur de 80 M€. La trésorerie disponible du Groupe s'élève à 51,1 M€ (contre 80,5 M€ à fin 2021 dont la ligne de découvert de 3,0 M€) intégrant le remboursement du précédent crédit syndiqué.

## IV – PERSPECTIVES 2023

En 2023, le Groupe poursuit 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 ;
- **Accompagnement resserré des adhérents-entrepreneurs du réseau** dans la modernisation de leurs magasins selon le Concept magasin ;
- Accélération de la **Transformation humaine** des équipes siège et réseaux.

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 envisage un environnement de marché moins favorable en 2023 qu'au cours des trois précédentes années. Le plan 1Pacte prévoit une montée en charge des investissements liée à sa mise en œuvre, que le Groupe adaptera si les conditions évoluent défavorablement.

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 2022-2025.

## **V – AGENDA FINANCIER**

L'Assemblée Générale des actionnaires de Mr.Bricolage se tiendra le mercredi 26 avril 2023 à 10h00 au siège social 1 rue Montaigne à La Chapelle-Saint-Mesmin (45). Les actionnaires sont invités à consulter la rubrique « Assemblée générale » du site de la société (<https://mrbricolage.com/actualites/infos-reglementees/>).

## **À 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 1<sup>er</sup> janvier 2023, le Groupe compte 977 points de vente, sous enseignes ou affiliés, dont 74 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](mailto:louise.chaulin@mrbricolage.fr), 07 83 35 96 93
- **Presse financière et investisseurs** - Marie Calleux, [mrbricolage@calyptus.net](mailto:mrbricolage@calyptus.net), 01 53 65 68 68