



Notre engagement collectif
pour une croissance durable

PLAN STRATEGIQUE 2022-2025

Mr.Bricolage

RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2023

Objectif de 1000 points de vente atteint

Orléans, le 26 juillet 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 consolidés pour le premier semestre 2023. Avec 1003 points de vente au 30 juin, le Groupe atteint l'objectif de plus de 1000 points de vente. Le développement des réseaux d'adhérents et d'affiliés compense le ralentissement de la consommation des ménages : le volume d'affaires s'établit à 1,2 milliard d'euros, en hausse de 1,3 % à surfaces courantes. La mise en œuvre du plan 1Pacte, plan stratégique 2022-2025 pour inscrire le Groupe dans une croissance durable, se poursuit avec dynamisme, en particulier le déploiement d'une expérience collaborateur différenciante et des actions en faveur de la RSE.

« Nous avons déjà dépassé l'objectif de 1000 points de vente et le cap des 100 magasins au concept Mr.Bricolage a été franchi. Malgré le ralentissement de la consommation des ménages, le dynamisme du réseau et l'attractivité de l'enseigne assurent la croissance du volume d'affaires.

Ce premier semestre 2023 confirme la bonne orientation du plan 1Pacte 2022-2025, notre engagement collectif pour une croissance durable. Les chantiers du plan sont bien engagés, soutenus par l'adhésion des équipes du siège et en magasins. La RSE infuse dans toutes les directions qui engagent des mesures fortes pour réduire l'empreinte environnementale de leurs activités. Je remercie toutes les équipes mobilisées pour la réussite de ce plan.

Aujourd'hui, la santé financière de notre Groupe, la compétitivité de notre enseigne, la transformation et la modernisation de notre organisation nous assurent une meilleure résilience dans cette période marquée par des incertitudes économiques et géopolitiques. C'est dans ce cadre que nous devons continuer 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 2023

Volume d'affaires et développement des réseaux : objectif de 1 000 points de vente atteint

Au 30 juin 2023, **les réseaux adhérents et affiliés en France et à l'international** comptent 1003 magasins contre 920 à fin 2022. La solide dynamique de croissance des réseaux a permis d'atteindre l'objectif des 1000 points de vente.

L'ensemble de ces magasins représente un volume d'affaires global d'1,2 milliard d'euros au 30 juin 2023. Bénéficiant de la croissance soutenue du nombre de points de vente (+83 en 6 mois), le volume d'affaires des réseaux est en hausse de 1,3 % à surfaces courantes. À magasins comparables, face à l'inflation, à la remontée des taux d'intérêt qui brident la consommation et l'investissement des ménages, le Groupe enregistre un léger recul de -0,9 % du volume d'affaires.

En France, les réseaux du Groupe Mr.Bricolage totalisent 927 magasins au 30 juin 2023 contre 846 au 31 décembre 2022, soit un solde net de 81 nouveaux points de vente en ce début d'année. Le volume

d'affaires du 1^{er} semestre 2023 s'élève à 1,03 milliard d'euros, stable (+0,3 %) à surfaces courantes par rapport au 1^{er} semestre 2022. Sous l'effet du ralentissement économique, il recule de -1,8 % à magasins comparables. Sur un an, l'augmentation du nombre de points de vente s'est également accompagnée de l'ouverture de 3 magasins Mr.Bricolage dans Paris développant ainsi l'offre de petites surfaces de proximité dans la capitale qui compte désormais 7 magasins.

À l'international, l'enseigne Mr.Bricolage s'affiche sur 2 magasins supplémentaires et génère un volume d'affaires de 168,4 M€ en croissance de +4,0 % à magasins comparables. L'enseigne totalise désormais 76 magasins hors de France répartis dans 11 pays. Un adhérent déjà implanté en Macédoine a ouvert un magasin Mr.Bricolage au Kosovo, au sein du Prishtina Mall, le plus grand centre commercial d'Europe du sud-est. Ouvert le 30 mai, le magasin Mr.Bricolage y occupe une surface de vente de 2 635 m² sur laquelle il propose 20 000 références. Au Maroc, l'enseigne totalise désormais 16 884 m² de surface de vente avec l'ouverture d'un dixième magasin.

Les ventes e-commerce (hors *click-and-collect* = retrait 2h) à 6,7 M€ progressent de +20,8 %. Cette progression est toujours le fruit du développement de l'offre en livraison directe 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	30/06/2023	Var. vs S1 2022 à surfaces courantes	Var. vs S1 2022 à mag. comparables
Ventes en magasins	1003	1 197,2	+1,2 %	-0,9 %
- France ⁽¹⁾	927	1 028,8	+0,3 %	-1,8 %
- International ⁽²⁾	76	168,4	+7,7 %	+4,0 %
Ventes e-commerce ⁽³⁾ hors <i>click-and-collect</i>	-	6,7	+20,8 %	NA
Total	1003	1 203,9	+1,3 %	-0,9 %

(1) Dont 331 magasins sous enseigne Mr.Bricolage, 104 magasins sous enseigne Les Briconautes et 492 magasins affiliés sous enseignes indépendantes.

(2) 76 magasins sous enseigne Mr.Bricolage dans 11 pays : Andorre (1), Belgique (44), Bulgarie (12), Chypre (1), Côte d'Ivoire (1), Gabon (2), Kosovo (1), Macédoine (1), Madagascar (1), Maroc (10), Maurice (2).

(3) 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 et test d'un nouveau modèle de proximité à l'Homme (42)

Avec un total de 100 magasins de l'enseigne Mr.Bricolage modernisés à fin juin 2023 (vs 73 magasins au 31/12/2022), le déploiement du concept magasin se poursuit malgré le contexte économique qui freine parfois les projets d'investissements. A date, 15 autres projets de déploiement sont prévus d'ici la fin de l'année 2023.

Afin d'élargir les perspectives de développement pour l'enseigne, les équipes Mr.Bricolage testent à l'Homme dans la Loire, un modèle de magasin sur le segment petit commerce (moins de 1000 m²), à l'exploitation simplifiée et aux investissements modérés. Ce magasin s'appuie sur la plateforme de marque et les valeurs de l'enseigne. Il propose une offre densifiée sur une surface de vente optimisée. L'ouverture d'un second magasin pilote est prévue d'ici la fin de l'année 2023. Des analyses comparatives permettront éventuellement d'envisager son déploiement à plus grande échelle d'ici la fin du plan 1Pacte.

Signature d'un partenariat à l'achat avec Kingfisher

Le 24 mai 2023, Kingfisher France et Mr.Bricolage SA ont annoncé la signature d'un accord de partenariat à l'achat. Cet accord de coopération s'est traduit par la création de la société commune, Unio, qui sera opérationnelle en vue des négociations commerciales annuelles cet automne. Ce partenariat à l'achat a pour objectif de renforcer les liens avec des fournisseurs communs nationaux et internationaux, de leur proposer de nouvelles opportunités commerciales et de créer de la valeur ajoutée.

Mise en œuvre du plan 1Pacte

1Pacte poursuit 4 objectifs - Offre, Clients, Réseaux, RSE - en s'appuyant sur deux leviers – La Transformation humaine et Les Systèmes d'information. Dans ce cadre, le Groupe pilote différentes initiatives pour rendre les magasins plus vertueux et plus responsables. Par exemple, au cours du 1^{er} semestre 2023 :

- À la suite du référencement d'un partenaire pour la fourniture et installation d'éclairage LED en 2022, une offre a été négociée pour l'installation et la maintenance de pompes à chaleur pour le chauffage et le rafraîchissement des magasins, premiers postes de dépenses énergétiques des magasins. Deux nouveaux services viendront compléter ce portefeuille de solutions pour des magasins plus sobres en énergie : (1) la gestion technique du bâtiment (GTB) pour piloter et

optimiser les principaux postes de consommation et (2) l'installation de panneaux photovoltaïques.

- La **reprise des produits usagés** s'étend. En plus des équipements électriques et électroniques, piles et accumulateurs, produits chimiques et meubles, les magasins Mr.Bricolage reprennent désormais les articles de bricolage et produits destinés à l'entretien et aménagement du jardin. La reprise des produits et matériaux de construction est également en phase d'expérimentation.
- Concernant **l'offre produit**, le Groupe poursuit la révision de son cahier des charges, notamment pour les produits de la marque propre INVENTIV afin de mieux prendre en compte l'impact environnemental des gammes à toutes les étapes du cycle de vie des produits (éco-conception, emballage, etc.).

Par ailleurs, dans un contexte de mutation profonde dans le rapport au travail et de tensions importantes sur le recrutement, le Groupe Mr.Bricolage poursuit avec dynamisme la Transformation humaine de son réseau pour créer une expérience collaborateur moderne et singulière afin d'attirer et de fidéliser les collaborateurs. Dans le même temps, au siège, la montée en compétences des collaborateurs se poursuit avec le développement de nouvelles formations et le déploiement de l'*Itinéraire Managers*, un programme internalisé de formation dédié aux managers pour développer savoir-faire et savoir-être.

II – RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2023

Les résultats du 1^{er} semestre ont été arrêtés par le Conseil d'administration réuni ce 26 juillet 2023. Suite au transfert sur Euronext Growth Paris en mars 2020, les états financiers du 1^{er} semestre ne sont plus audités par les Commissaires aux comptes.

Comptes consolidés simplifiés, en M€	30/06/2023 publié	30/06/2022 publié	Variation
Chiffre d'affaires	163,5	175,5	-6,8%
<i>dont Ventes de marchandises</i>	<i>116,9</i>	<i>128,9</i>	<i>-9,3%</i>
<i>dont Ventes de prestations</i>	<i>46,6</i>	<i>46,6</i>	<i>-0,1%</i>
EBITDA⁽¹⁾	18,6	19,5	-4,4%
Résultat opérationnel courant	14,1	15,8	-10,7%
Autres produits et charges opérationnels non courants	(0,4)	0,0	-100,0%
Résultat opérationnel	13,7	15,8	-13,2%
en % du chiffre d'affaires	8,4%	9,0%	
Résultat financier	(1,5)	(1,2)	-30,0%
Contribution des SME	0,8	0,9	-9,2%
Impôts sur les résultats	(1,3)	(2,0)	-37,2%
Résultat après impôt des activités maintenues	11,7	13,5	-13,2%
Résultat après impôt des activités abandonnées	1,3	0,9	+51,9%
Résultat de l'exercice	13,1	14,4	-9,2%
- dont quote-part du Groupe	13,1	14,4	-

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

Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires consolidé du 1^{er} semestre 2023 s'élève à 163,5 M€, en recul de -6,8 % par rapport au 1^{er} semestre 2022. Le niveau des ventes de marchandises résulte de la diminution des activités logistiques dans un contexte de moindre rotation des stocks. Les ventes de prestations, également impactées par la baisse des achats des points de vente, bénéficient de l'évolution significative du nombre de magasins.

EBITDA / Résultat opérationnel

Conformément aux engagements du Groupe, la hausse des coûts liés à la mise en œuvre du plan 1Pacte et au déploiement des outils du plan se poursuit. Dans le contexte économique actuel, le Groupe restreint néanmoins les dépenses du siège pour limiter l'impact des hausses de salaires en début et en fin de semestre (+2,1 M€ de frais de personnel par rapport au 30/06/2022, incluant l'intéressement et la participation au titre de 2022). Ces éléments se reflètent dans le niveau du résultat opérationnel du Groupe, à 13,7 M€ au 1^{er} semestre 2023 (8,4 % de marge opérationnelle), contre 15,8 M€ au 1^{er} semestre 2022 (9,0 % de marge opérationnelle). L'EBITDA tient compte, à hauteur de +2,2 M€, du dénouement favorable d'un litige né en 2016.

Résultat net

Le résultat financier est de (1,5) M€ en ligne avec l'utilisation faite du crédit syndiqué (cf. "Endettement net" ci-dessous) et la hausse des taux Euribor. Le résultat après impôt des activités abandonnées de 1,3 M€ reflète à nouveau des reprises de provisions ou de dettes devenues sans objet à la suite de l'arrêt de l'activité « Commerce » (2019-2020). Après prise en compte de la charge d'impôt de (1,3) M€ et du résultat des sociétés mises en équivalence de 0,8 M€, le résultat net ressort à 13,1 M€, soit une marge nette de 8,0 % au 1^{er} semestre 2023, contre 8,2 % au 1^{er} semestre 2022.

Endettement net

À fin juin 2023, le Groupe a utilisé partiellement sa capacité de tirage dans le cadre du contrat de crédit signé le 28 septembre 2022 et sa dette financière nette ressort à 30,1 M€, contre 24,2 M€ à fin 2022 (29,2 M€ au 30/06/2022).

Pour mémoire, le crédit syndiqué est composé 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 deux tranches, avec une maturité à 5 ans.

Au 30 juin 2023, ces financements courants sont tirés à hauteur de 7,5 M€ (contre 30 M€ à fin 2022). La trésorerie du Groupe s'élève à 21,8 M€ à fin juin 2023 (contre 51,1 M€ à fin 2022) reflétant la diminution de tirage d'une des tranches de financements courants et le besoin de trésorerie sur la période. Les covenants applicables concernant le ratio de levier Dette financière nette / EBITDA 12 mois sont respectés.

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 :

- **Poursuivre le développement du réseau** de magasins sous enseignes et affiliés, en France et à l'international ;
- **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 continue d'envisager 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. Le Groupe, qui a gagné en agilité ces dernières années, pourra s'adapter si les conditions évoluent défavorablement et reste particulièrement vigilant par rapport au marché, aux comportements des consommateurs et au plan de développement du Groupe.

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.

Mise à disposition du Rapport financier du 1^{er} semestre 2023 : le 27 juillet 2023, sur le site mrbricolage.com et sur le site d'Euronext.

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 30 juin 2023, le Groupe compte 1003 points de vente, sous enseignes ou affiliés, dont 76 magasins répartis à l'international dans 11 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