

# Mr.Bricolage



Une enseigne  
à **taille humaine**  
dans un groupe  
**d'envergure**

- 3<sup>ème</sup> acteur du marché français
- 700 points de vente
- 12 000 collaborateurs



# 3<sup>ème</sup> acteur du marché français

- > **1<sup>er</sup> réseau d'indépendants en France** sur le marché du bricolage
- > **700** points de vente
- > **12000** collaborateurs
- > **52** points de vente à l'International
- > Plus de **1 600 000 m<sup>2</sup>** de surfaces commerciales
- > **2,2 milliards** d'euros de CA TTC



## Le contexte

- Réduction du pouvoir d'achat .....▶ Bricoler est une solution économique
- Hausse du prix des carburants .....▶ Proximité et Hyper proximité en ville moyenne et zone rurale
- Baisse des transactions immobilières .....▶ 82% de nos clients sont déjà propriétaires  
55% installés depuis plus de dix ans
- Féminisation du bricolage .....▶ 40% de nos clients sont des femmes
- Développement du «Bricolage Déco» .....▶ 38% des achats réalisés dans nos magasins  
concernent la décoration (33% de la concurrence )

## Mr.Bricolage

## UN PEU D'HISTOIRE ...

### En 1965

#### Création de l'ANPF

Sous l'impulsion de Bernard Ivernel, quelques pionniers créent l'ANPF, Association Nationale des Promoteurs du Faites-le-vous-même. Elle rassemble alors 13 membres, dirigeants des premiers magasins de bricolage en France. Leur intention : répondre au mieux aux attentes du bricoleur en lui proposant les meilleurs produits nécessaires à ses travaux. L'association a pour but de sélectionner, ensemble, les meilleurs produits aux meilleures conditions. 10 ans après sa création, l'ANPF compte 96 magasins sur toute la France.

### En 1974

#### L'ANPF devient coopérative

L'ANPF se transforme en SA coopérative afin de procéder à des groupages de commandes. Une enseigne commune ainsi que des actions publicitaires conjointes sont d'ores et déjà envisagées.

### En 1980

#### Naissance de l'enseigne Mr.Bricolage

Les adhérents prennent une enseigne commune, celle de Mr.Bricolage. Face à la montée en puissance des grandes surfaces et à la structuration du marché, Maurice Vax, Président

de l'ANPF, va la conduire à sa transformation en créant un véritable groupe sous l'enseigne Mr.Bricolage. Le lancement de la campagne est réalisé en avril. Un cahier des normes est créé avec une politique d'image commune et deux couleurs : le vert et le rouge.

### En 1992

#### La marque Mr.Bricolage

La décision est prise de lancer une gamme de produits sous la marque Mr.Bricolage. Dans un premier temps, les gammes de colles, lasures bois, clouterie et visserie, engrais, et rouleaux à peinture sont lancées. La plupart des familles de produits disposeront d'une gamme complète

**Mr.Bricolage**

# Un marché porteur ...

Le marché du bricolage représente aujourd'hui plus de **22 milliards d'euros** et constitue le premier marché des dépenses d'équipement des ménages.



## ... dominé par les GSB

Sur ce marché, les GSB (grandes surfaces de bricolage) constituent le circuit de distribution principal qui ne cesse de gagner des parts de marché. Les GSB se partagent plus de 70% de l'activité, loin devant les négoces, les grandes surfaces alimentaires et le circuit traditionnel.

## ... intégrant une évolution des attentes de la clientèle

Le bricolage a évolué pour passer d'un bricolage «besoin» à un bricolage «passion», et n'est plus exclusivement destiné aux hommes. L'activité touche désormais tous les ménages et les femmes occupent une place importante dans la décision d'achat.

## ... et un concept

### Les nouvelles envies

Décoration, aménagement intérieur et extérieur, jardin, ... constituent des secteurs particulièrement porteurs. Mr.Bricolage les a traduits en concept « Au cœur de la maison».

sous la marque Mr.Bricolage, dans les années qui suivront. Cette même année, le groupement crée un centre de formation dédié pour développer les compétences et assurer le meilleur conseil à nos clients.

### En 2000

#### Introduction en bourse

Mr.Bricolage SA s'introduit au second marché de la bourse de Paris pour continuer le développement permanent de son réseau, en France comme à l'International. Un nouveau siège social est construit à La Chapelle-Saint-Mesmin (Orléans).

### En 2002

#### Catena intègre le groupe

La fusion avec le groupe Tabur (magasins Catena, B3 et Bricogite) développe considérablement le réseau. Il passe à près de 600 magasins et plus d'1 million de m<sup>2</sup> de surface de vente.

### En 2003

#### Nouveau concept « Déco »

Relookée en 2003, l'enseigne décide de jouer la carte de l'identité visuelle pour augmenter le confort d'achat de ses clients et développer le chiffre d'affaires de ses adhérents, avec sa nouvelle façade et son intérieur moderne, tourné vers la décoration.

### En 2007

#### Un nouveau Président

Jean-François Boucher prend la direction du Groupe, après plusieurs années consacrées au développement du Groupe, en tant qu'Administrateur au sein du Conseil d'Administration.

### En 2009

#### Mr.Bricolage devient n° 3 du secteur

En reprenant les enseignes Les Briconautes et Les Jardinautes, le groupe Mr.Bricolage devient n° 3 du bricolage en France. Cette même année, la majorité des magasins Catena décident de passer sous enseigne Mr.Bricolage.

## ... BEAUCOUP D'AVENIR

**Mr.Bricolage**

# Les atouts pour réussir



## Un positionnement tendance

Tout en étant compétitif sur les prix, l'enseigne a choisi d'être tendance. Décorer son habitat, aménager son jardin, devenu nouvelle pièce à vivre, sont des activités en pleine croissance soutenues par une médiatisation constante (émissions de télévision, magazines etc...).



## « Au cœur de la maison »

Mr. Bricolage répond à ces nouvelles attentes avec son concept « Au cœur de la maison ». Ce concept est la base du nouveau look des magasins. Depuis 2003, l'enseigne joue la carte de l'identité visuelle pour augmenter le confort d'achat des clients et développer votre chiffre d'affaires. Avec sa nouvelle façade et son intérieur plus moderne tourné vers la décoration, l'aménagement de votre magasin sera l'une des clés de la réussite de votre projet d'investissement.



## La force d'une image...

Vous bénéficiez également de l'image Mr.Bricolage : L'enseigne se place en tête des GSB préférées des français grâce à un bon accueil, des surfaces de vente agréables, un personnel compétent, dynamique et à l'écoute du client.

Une notoriété reconnue à l'échelle nationale. Le groupe Mr.Bricolage se situe à la 3ème place, avec un score de 81 points en terme de notoriété des magasins de bricolage (score de notoriété globale, d'après l'étude barométrique menée par l'IFOP, mars 2009).



## ... Et d'un réseau humain

A travers une politique RH active, l'enseigne développe et propose des outils RH permettant aux managers de devenir de véritables développeurs de talents. Grâce aux accompagnements et aux différents dispositifs RH (recrutement, intégration, formation...), vos collaborateurs et vous-même serez toujours au sommet de l'efficacité.



## Une gestion indépendante

Vous gérez et dirigez votre magasin en parfaite autonomie et de manière indépendante. Vous vous appuyez sur la Centrale de référencement Mr.Bricolage afin d'être toujours le plus performant possible. Vous prenez part aux décisions du groupe à travers le Conseil d'Administration et les différentes commissions pour une meilleure cohésion d'ensemble.



## Les services « + » client

Toujours plus proche du consommateur, Mr.Bricolage dispose d'une carte de fidélité très attrayante, qui offre de nombreux avantages associés. Elle vous permettra de fidéliser les clients et d'augmenter le panier moyen. Selon leur taille, les magasins développent un certain nombre de services tels que : atelier SAV, location de matériel, découpe bois et verre, livraison...



# Vous pouvez compter sur nous ...

Seul maître à bord de votre magasin, vous n'êtes pourtant pas seul !!!!  
Avant, pendant et après l'ouverture, vous bénéficiez de services et de moyens pour vous assister au jour le jour et vous rendre toujours plus compétitif.

## Expansion

- Présentation des sites commerciaux (création, reprise d'un magasin)
- Pré-étude de potentiel
- Compte d'exploitation prévisionnel détaillé
- Assistance à l'obtention des autorisations administratives (CDAC, PC, commission de sécurité)
- Parcours d'intégration et formation pré-ouverture
- Accompagnement dans vos projets post-ouverture et le développement de votre entreprise

## Architecture

- Etude de faisabilité
- Première estimation des coûts du bâtiment
- Conseil pour l'obtention des permis de construire
- Réalisation des plans d'aménagement de la surface de vente
- Conseil durant le suivi de chantier en collaboration avec le maître d'œuvre de l'adhérent

## Animation du réseau

- Relais entre la Centrale et les magasins
- Application et mise en œuvre du savoir-faire
- Conseil en stratégie commerciale

## Merchandising

- Réalisation des enchaînements produits mètre par mètre
- Proposition des planogrammes d'implantation mètre par mètre (outil Spaceman)
- Suivi d'implantation



## Communication

- Organisation des campagnes publicitaires nationales (Radio, presse, spots TV, affichage, internet)
- Elaboration du calendrier et des plans promotionnels adaptés à la vocation des magasins
- Conception, gestion, impression, livraison des catalogues promotionnels
- Radio Mr.Bricolage diffusée en magasin
- ILV et PLV permanentes et promotionnelles

### 29 catalogues chaque année

Le service publicité met à la disposition des adhérents près d'une trentaine de catalogues par an, afin de les accompagner dans leur démarche d'animation commerciale. Des offres promotionnelles sans cesse renouvelées et renforcées qui s'adaptent aux attentes des clients et aux magasins.



### Campagnes Radio

Maintien de notre présence sur le média radio, média majeur de notre communication pour développer le trafic magasin sur les opérations Anniversaire, Eté, Automne.

Campagne de 8 à 10 jours durant les 2 premières semaines de la promotion. Des media-plannings qui incluent des radios locales, jouant la carte de la proximité en plus des incontournables : RTL, Europe1, RMC, Sud, Nostalgie...

### Sponsoring TV : Météo France 3



**Mr.Bricolage**

## Agencement

- Recherche et développement de nouveaux concepts mobiliers
- Sélection du mobilier adapté au produit



## Ressources Humaines

- Recrutement des meilleurs profils pour les différents postes
- Création de supports de communication adaptés
- Conseil en ressources humaines et management



## Achats

- Négociation avec les fournisseurs
- Réalisation d'un assortiment de produits en adéquation avec la vocation choisie
- Analyse et animation des marchés

## Logistique

- Meilleure optimisation possible du coût de revient des produits
- Livraisons hebdomadaires (délai de 24 à 72h pour les produits de fond de rayon et 10 jours avant le catalogue pour les promotions)
- Passation des commandes via intranet, téléphone et fax.

## Formation



L'institut de formation, de commerce et de gestion (I.FO.GE.CO.) a pour vocation première la mise en place de formations en Gestion, Commerce, Management et Produits pour les métiers spécifiques du groupe Mr.Bricolage.

Afin de proposer des perspectives d'évolution aux équipes de vente, notre organisme de formation I.FO.GE.CO a créé « L'Ecole des Managers », ainsi qu'une formation dédiée aux fils et filles d'adhérents et d'assurer ainsi la transmission de leur entreprise. Il s'agit d'un parcours de formation pour développer les compétences et révéler les potentiels détectés en interne.

Cette présence permet de maintenir notre notoriété sur notre clientèle cible (18-50 ans habitant les agglomérations de moins de 100 000 habitants). Mr.Bricolage est ainsi présent sur le média TV de manière continue tout au long de l'année. A chaque saison, 8 secondes amusantes sont proposées pour illustrer les aventures de notre point vert. Rendez-vous chaque soir sur France 3, tous les jours de la semaine à 11h30, 12h55, 19h55, 22h20 ou 22h45.

### Une présence web renforcée



Mr.Bricolage répond aux attentes des internautes par la mise en ligne récente de la nouvelle version du site [www.mr-bricolage.fr](http://www.mr-bricolage.fr), orienté sur le conseil aux clients (idées déco, vidéos de démonstration ...). Véritable support d'aide à la vente, le site [www.mr-bricolage.fr](http://www.mr-bricolage.fr) a été conçu pour générer du flux en magasin.

De plus, le Groupe Mr.Bricolage dispose d'un site institutionnel, [www.mr-bricolage.com](http://www.mr-bricolage.com), présentant le groupe dans sa nouvelle dimension de 700 magasins et 12000 collaborateurs. Il s'agit également d'un outil efficace permettant de recruter plus facilement en attirant les meilleurs profils.

### Sponsoring : Basket Pro A - Euroleague

Depuis 2009, Mr.Bricolage soutient l'équipe de Basket d'Orléans, l'une des toutes premières équipes du Championnat de France et ayant disputé l'Euroleague 2009-2010, compétition regroupant les 24 meilleures équipes européennes.



**Mr.Bricolage**

# Partageons des valeurs fortes



## Le conseil



Le conseil est à la fois la valeur ajoutée de l'enseigne et une bonne part de son identité. En pratique, le conseil se traduit par un accompagnement du client dans la réalisation de ses projets ainsi qu'une assistance lors de la vente.

Un client bien renseigné est une vente réalisée. C'est pourquoi le personnel des magasins Mr.Bricolage est régulièrement formé par notre propre institut de formation afin qu'il puisse satisfaire au mieux les besoins de la clientèle.

## La proximité

L'enseigne est un des leaders de la distribution spécialisée du bricolage en France. Depuis toujours, notre politique est celle de la proximité. N°1 sur le segment des villes moyennes, les magasins Mr.Bricolage exploitent une zone de chalandise comprise entre 40 et 80 000 habitants avec l'objectif d'être leader sur leur zone.

En fonction du contexte local et de vos disponibilités, nous vous proposons 12 plans de vente correspondant à 6 vocations de magasins :

Vous disposerez également de la possibilité d'ajouter des concepts optionnels :

- Concept bâti pour la vente de matériaux
- Concept jardin

## Le service



L'enseigne entretient une collaboration étroite avec ses fournisseurs sur la base d'une relation durable.

Ainsi, Mr.Bricolage vous propose des gammes de produits attractives, complètes aux meilleurs tarifs. Des marques nationales, aux produits à marque propre, en passant par les 1er prix, c'est l'assurance pour vos clients de toujours trouver ce qu'ils cherchent et d'être pleinement satisfaits.



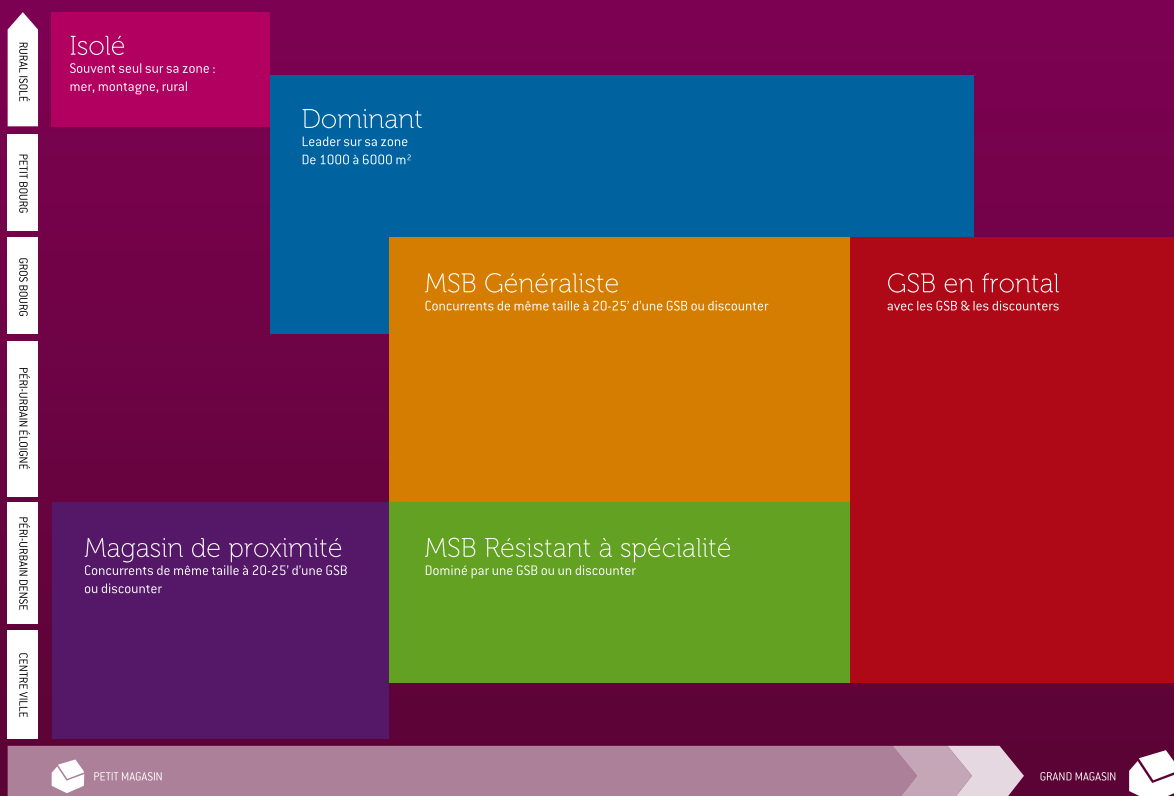


## Une vocation pour chaque magasin

L'objectif est d'adapter l'offre commerciale afin d'optimiser le chiffre d'affaires et la rentabilité du magasin.

Selon son positionnement local (surface de vente, concurrence, potentiel de la zone de chalandise), votre point de vente correspondra à l'une des 6 vocations définies.

- > L'isolé
- > Le petit magasin de proximité
- > Le dominant
- > Le généraliste
- > Le résistant à spécialité
- > Le GSB en frontal





# Mr. Bricolage

## Pour financer votre projet

> Selon la surface de votre futur point de vente, 200 à 300 000 euros d'apport personnel seront nécessaires.

> Si financement immobilier par une SCI : apport personnel de 50 000 euros pour un financement de 1.5 million d'euros

> Aide à la recherche de financement bancaire

## Le FIPA, Fonds d'Investissement et de Partenariat des Adhérents

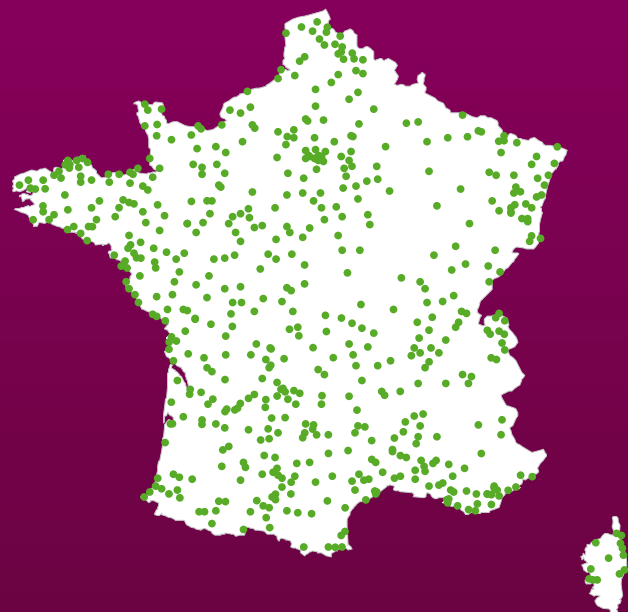
Un fonds d'investissement a été créé par d'anciens adhérents, animés par l'esprit des pionniers fondateurs.

La réussite dans la création ou la reprise d'un magasin passe aujourd'hui par la mobilisation de capitaux plus importants qu'hier. Or, bon nombre de candidats désireux de se lancer dans un projet, ne les possèdent pas.

Entrepreneurs d'expérience, les apporteurs amènent en plus de leurs capitaux, leur soutien, leur expertise et leur crédibilité face aux tiers (banquiers, fournisseurs,...).

Le fonds a un fonctionnement et une gestion totalement indépendants de ceux de Mr.Bricolage. Il gère en complète autonomie de décision grâce à un Comité d'investissement composé exclusivement de souscripteurs.

## La charte de l'adhérent



Outre la formalisation des obligations réciproques (durée, agrément...), la charte de l'adhérent consacre :

- L'adhésion de la part du signataire à un groupement de magasins indépendants
- Le respect des valeurs communes et des principes d'action
- La participation active à la vie du groupement au sein de commissions et du Conseil d'Administration de la société

La société Mr.Bricolage fédère au travers de sa charte de l'adhérent des commerçants indépendants bénéficiant d'un référencement de fournisseurs ciblés, de campagnes publicitaires et promotionnelles étudiées et de l'utilisation d'une enseigne à la notoriété reconnue pour une exploitation dynamique de leur point de vente.

Un exemplaire type de la charte de l'adhérent figure dans le document d'information précontractuelle qui vous sera remis lors de votre entretien individuel conformément à l'article L 330-3 du code de commerce. A cette occasion, chacun de ses articles vous sera expliqué et commenté.

Les rémunérations sont détaillées en annexe dans cette brochure. Les coûts à prévoir englobent les adhésions et la redevance mensuelle. Les déplacements de nos collaborateurs ne font pas l'objet de facturation supplémentaire.



**Rejoignez-nous**  
pour entreprendre

[www.mr-bricolage.com](http://www.mr-bricolage.com)

**Mr. Bricolage**