

Jeudi 16 septembre 2010

**Kingfisher plc annonce un résultat avant impôt ajusté en hausse de 23% à
354 millions de £
pour la période de 26 semaines close le 31 juillet 2010**

<u>Principaux chiffres consolidés</u>	2010/11	2009/10	Variation totale en % (déclarée)	Variation totale en % (à taux de change constants)	Variation à surface comparable en %
Chiffre d'affaires	5 454 m£	5 502 m£	(0,9)%	(0,1)%	(1,3)%
Résultat opérationnel	402 m£	347 m£	+15,7%	+15,8%	
Résultat avant impôt ajusté	354 m£	288 m£	+22,9%		
Bénéfice non-dilué par action ajusté	10,6 p	8,6 p	+23,3%		
Acompte sur dividende	1,925 p	1,925 p			
Trésorerie nette/(Dette financière nette)	19 m£	(740) m£	nd		

Remarques : Le chiffre d'affaires des joint-ventures et des sociétés mises en équivalence n'est pas consolidé. Le résultat opérationnel s'entend avant charges centrales, éléments exceptionnels, amortissement des écarts d'acquisition, quote-part et impôt des joint-ventures et des sociétés mises en équivalence. Les chiffres ajustés s'entendent avant éléments exceptionnels, gains et pertes sur la conversion des soldes de prêts entre sociétés du Groupe, amortissement des écarts d'acquisition, fiscalité de ces postes et impôt de l'exercice précédent relatif à ces postes. Un rapprochement avec les chiffres statutaires figure dans la Revue financière.

Faits marquants (à taux de change constants) :

- Croissance solide du résultat et forte génération de trésorerie grâce aux initiatives internes
- Le résultat opérationnel du Groupe est en hausse de 15,8%, chacune des trois principales divisions opérationnelles enregistrant une croissance robuste :
 - En France, le résultat augmente de 13,7% à 160 millions de £ grâce à une bonne progression des ventes et aux mesures d'optimisation des marges
 - Au Royaume-Uni et en Irlande, le résultat est en hausse de 15,8% à 171 millions de £. La marge opérationnelle de B&Q a continué à progresser grâce aux initiatives visant à améliorer les marges et à réduire les coûts. Le déploiement de l'offre TradePoint dans 118 magasins grand format, désormais achevé, a été un succès
 - A l'international, le résultat progresse de 21,0% à 71 millions de £. La croissance du résultat en Espagne et en Turquie et la réduction de moitié des pertes en Chine ont largement compensé un léger repli du résultat en Pologne
- La trésorerie nette ressort à 19 millions de £ au 31 juillet (contre une dette financière nette de 250 millions de £ au 30 janvier 2010), une position qui traduit la priorité accordée à la gestion de la trésorerie et le poids accru, cette année, des investissements industriels au second semestre
- Le programme «Créer de la valeur» est en bonne voie ; l'accroissement des volumes des approvisionnements directs est notamment en avance sur les prévisions
- L'acompte sur dividende s'établit à 1,925 p ; son calcul est désormais automatique puisqu'il correspond à 35% du dividende total de l'exercice précédent (comme cela a été annoncé lors de la publication des résultats

préliminaires en mars 2010). Sous réserve d'approbation finale en mars, où le Conseil d'administration examinera la performance du Groupe, ainsi que ses perspectives et besoins en capitaux, le dividende en année pleine de l'exercice actuel devrait, d'après les prévisions, augmenter de manière plus ou moins conforme au résultat par action ajusté.

Chiffres statutaires

	2010/11	2009/10	Variation déclarée
Résultat avant impôt	351 m£	288 m£	+21,9%
Résultat de la période	248 m£	198 m£	+25,3%
Bénéfice non-dilué par action	10,6 p	8,5 p	+24,7%

Remarque : Les chiffres statutaires s'entendent après gains/(charges) exceptionnels nets après impôt (2010/11 : (3) m£; 2009/10 : zéro)

Commentaire d'Ian Cheshire, Directeur général du groupe :

“Nous avons enregistré de bonnes performances avec un résultat de nouveau en forte hausse et une dette financière en repli. Les initiatives internes mises en œuvre dans le cadre du Programme «Créer de la valeur» portent leurs fruits ; Kingfisher génère à présent un résultat et un cash-flow d'exploitation nettement supérieurs et un bien meilleur rendement du capital pour ses actionnaires.

Comme nous l'avons souligné à plusieurs reprises, les perspectives à court terme des dépenses des ménages sont fragiles, en particulier au Royaume-Uni, où la situation devrait rester difficile pendant un certain temps encore. Les efforts déjà fructueux déployés en interne, notamment le recours plus systématique à notre réseau mondial pour les approvisionnements de produits et une stricte maîtrise des coûts, sont la garantie d'une croissance pérenne du résultat. Par ailleurs, forts d'un bilan et d'une trésorerie solides, nous pourrons investir davantage, cette année, dans le développement de l'activité, la redynamisation des magasins et l'introduction de nouveaux produits et services afin d'apporter à nos clients l'inspiration et les solutions qu'ils attendent afin de les aider à améliorer leur habitat. »

Programme « Créer de la valeur » - progrès réalisés en 2010/11

Notre ambition est et demeure d'accroître la valeur actionnariale en mettant l'accent sur trois axes majeurs – Management, Investissements et Rentabilité.

Management

Les mesures introduites ces deux dernières années ont permis de faire de Kingfisher un distributeur unifié mieux à même de profiter de sa diversification internationale tout en dégagant des économies d'échelle sur les approvisionnements. Le Groupe s'est ainsi doté d'une nouvelle équipe dirigeante et a mis en place un plan de rémunération en actions dont l'un des objectifs est une croissance significative du résultat par action ajusté.

Au cours du premier semestre, un plan d'intéressement similaire a été ouvert à 160 hauts responsables du Groupe. Un autre plan de rémunération en actions sera annoncé au cours du premier trimestre de l'année prochaine en même temps que la mise à jour des plans de croissance à long terme du Groupe.

Investissements

Grâce à la priorité accordée à l'amélioration du cash-flow d'exploitation, à la réduction des investissements en fonds de roulement et à l'effort de maîtrise des investissements industriels, nous avons réussi à réduire sensiblement la dette financière nette (obligations, prêts, trésorerie et découverts hors contrats de location-exploitation capitalisés). L'amélioration s'est poursuivie au premier semestre, avec un nouveau repli de la dette malgré les conséquences pénalisantes du raccourcissement des délais de paiement imposé par la législation française (loi « LME »). A la fin du premier semestre 2010, la trésorerie nette ressortait à 19 millions £ contre une dette financière nette de 250 m£ au 30 janvier 2010 (dette nette de 740 millions £ au premier semestre 2009).

Rentabilité

Notre programme en sept étapes visant à améliorer la rentabilité (« Créer de la valeur ») est toujours en bonne voie. Les mesures adoptées ont permis de soutenir les performances opérationnelles à court terme mais aussi de mieux positionner le Groupe en vue d'inscrire la croissance sur le long terme. L'année dernière, la rentabilité globale des capitaux investis a augmenté de 250 points de base, une progression qui devrait se poursuivre cette année grâce à la réalisation des objectifs énoncés ci-dessous :

1. Améliorer la rentabilité de B&Q au Royaume-Uni et en Irlande

Les mesures de rationalisation mises en œuvre en interne visant à restaurer la marge d'exploitation de B&Q à 7% continuent de porter leurs fruits.

Réalisations du premier semestre 2010/11

- **Magasins**
 - 3 rénovations de magasins grand format et d'un magasin de taille intermédiaire*
 - 19 rénovations limitées aux espaces d'exposition (à savoir rayons cuisines, salles de bains et chambres à coucher)

- **Produits et services**
 - Afin d'élargir l'offre commerciale de B&Q plusieurs tests en magasin portant sur de nouvelles catégories ou gammes élargies d'articles ont été réalisés afin d'évaluer les possibilités de déploiement au niveau national en 2011/12 (à savoir les gammes « éco », rangement et atelier)
 - Extension du programme de formation (NVQ ou City & Guilds) à 4 300 collaborateurs

- **Marges et coûts**
 - Les volumes d'approvisionnements directs dépassent les objectifs fixés pour l'exercice ; la marge brute s'améliore d'environ 80 pb
 - Nouvelle réduction des écarts d'inventaire se traduisant par une augmentation de la marge brute de 50 pb
 - Baisse de 2% des coûts d'exploitation sous l'effet d'un contrôle rigoureux des coûts et de la baisse des volumes de ventes

Objectifs du second semestre 2010/11

- **Magasins**
 - 16 rénovations de magasins de grande taille
 - Environ 30** rénovations limitées aux espaces d'exposition (à savoir rayons cuisines, salles de bain et chambres à coucher des magasins)
- **Produits et services**
 - Poursuite des essais en magasin portant sur de nouvelles catégories ou gammes élargies d'articles afin d'évaluer les possibilités de déploiement au niveau national en 2011/12
 - Extension du programme de formation (NVQ ou City & Guilds) à 5 000 collaborateurs
- **Marges et coûts**
 - Poursuite de la croissance des volumes d'approvisionnements directs au-delà des objectifs

** L'objectif de rénovation de 15 magasins de taille intermédiaire, annoncé en mars 2010, a été désormais ramené à 1 magasin, la priorité étant donnée à l'essai pilote Trade Point « Order & Collect » (Commander et enlever) dans les magasins de taille intermédiaire.*

*** L'objectif relatif aux 100 rénovations limitées aux espaces d'exposition, annoncé en mars 2010 a été ramené à environ 50 afin de concentrer l'investissement sur les magasins offrant le plus court délai de récupération du capital investi*

2. Exploiter les opportunités du marché professionnel au Royaume-Uni

Test concluant des comptoirs professionnels dans les magasins grand format B&Q (« TradePoint »)

Réalisations du premier semestre 2010/11

- Déploiement national de TradePoint dans 118 magasins B&Q grand format
- Ouverture de 3 nouveaux points de vente Screwfix dotés de comptoirs réservés aux plombiers et électriciens
- Création de comptoirs professionnels spécialisés réservés aux plombiers et électriciens dans 91 sites Screwfix existants

Objectifs du second semestre 2010/11

- Essai pilote portant sur le nouveau format TradePoint 'Commander et enlever' dans les magasins de taille intermédiaire B&Q
- Ouverture de 7 nouveaux points de vente Screwfix dotés de comptoirs réservés aux plombiers et électriciens
- Création de comptoirs professionnels spécialisés et réservés aux plombiers et électriciens dans 5 autres sites Screwfix existants
- Lancement d'une offre de prêts aux professionnels valable dans tous les magasins Kingfisher au Royaume-Uni

3. Développer l'ensemble de nos activités en France

Rentabilité soutenue par une bonne croissance des ventes, l'optimisation des achats et l'augmentation des approvisionnements directs

Réalisations du premier semestre 2010/11

- 3 ouvertures de magasins et 3 rénovations, soit une augmentation d'environ 2% de la surface commerciale
- Extension du programme de rationalisation des achats (économies de 6 millions d'euros)
- Dépassement des objectifs en année pleine pour l'augmentation de l'approvisionnement direct
- Lancement d'une gamme commune avec approvisionnements coordonnés ('Premier Prix') dans les magasins Castorama et Brico Dépôt
- Davantage de lancements de nouveaux produits et de nouvelles campagnes publicitaires pour les deux enseignes

Objectifs du second semestre 2010/11

- 4 rénovations supplémentaires
- Extension du programme d'optimisation des achats
- Une croissance des volumes d'approvisionnements directs qui continue de dépasser les objectifs

4. Poursuivre la croissance en Europe de l'Est

Surface commerciale en hausse de 2% depuis la clôture du dernier exercice. Le chiffre d'affaires et les résultats continuent de progresser.

Réalisations du premier semestre 2010/11

- 2 ouvertures de magasins, 1 en Turquie et 1 en Russie

Objectifs du second semestre 2010/11

- Ouverture de 10 nouveaux magasins : 5 en Pologne (dont le troisième magasin à Varsovie), 4 en Turquie et 1 en Russie (avec 2 autres ouvertures en cours), soit une augmentation d'environ 10% de la surface commerciale pour l'ensemble de l'année
- Ouverture d'un nouveau centre de distribution en Pologne (destiné à accroître les approvisionnements directs)
- Développement d'un nouveau format réduit 'city store' à Moscou

5. Remettre B&Q Chine dans la bonne direction

Le programme de repositionnement est sur les rails. Les pertes ont été réduites de près de moitié par rapport à l'exercice précédent.

Réalisations du premier semestre 2010/11

- Finalisation du plan de rationalisation des magasins (2 autres magasins) et réduction de la surface commerciale de 80 000 m² (en grande partie sous-louée)
- Nouveau format testé à présent dans 16 magasins
- Nomination d'un nouveau directeur commercial ayant l'expérience de la distribution à grande échelle sur le marché chinois

- Poursuite des initiatives entamées en 2009 pour réduire l'implication des fournisseurs dans le choix des gammes et développer progressivement une offre construite autour des produits, plus conforme au modèle classique de la distribution. Environ 20% des gammes ont ainsi été remaniées (ex : tissus d'ameublement) et les résultats sont encourageants

Objectifs du second semestre 2010/11

- Poursuite de l'essai pilote portant sur le nouveau format
- Poursuite des initiatives engagées en 2009 sur le remaniement des gammes
- Retour à un modèle économique rentable au deuxième semestre pour que l'ensemble de l'activité renoue avec la rentabilité en 2011/12

6. Développer le sourcing Groupe

L'approvisionnement direct par l'intermédiaire du réseau Kingfisher Sourcing Organisation (KSO) a continué de progresser.

Réalisations du premier semestre 2010/11

- L'augmentation des approvisionnements directs a dépassé les objectifs (un accroissement tiré par les gammes pour salles de bains et les produits d'éclairage et d'électricité pour le jardin)
- Début de coordination des calendriers de revue des gammes dans les principales catégories d'articles afin de faciliter les approvisionnements communs à l'échelle du Groupe
- Dans le cadre des premières mesures visant à développer des gammes communes destinées à être commercialisées en Europe dans des emballages multilingues, 10 « supermarques » propres au Groupe Kingfisher ont été créées pour remplacer environ 150 marques de distributeur actuellement vendues dans les magasins du Groupe (ex : 'Cooke & Lewis' va devenir la marque commune de Kingfisher en Europe et en Asie pour les cuisines et les salles de bains)

Objectifs du second semestre 2010/11

- Porter les volumes d'approvisionnements directs à 1 milliard de dollars US au moins en année pleine grâce à une croissance satisfaisante au Royaume-Uni, en France et en Europe de l'Est

7. Réduire le fonds de roulement

Fonds de roulement en légère baisse après une réduction de plus de 300 millions de £ en année pleine en 2009.

Réalisations du premier semestre 2010/11

- Réduction de 25 millions de £ du fonds de roulement
- En bonne voie pour un rallongement supplémentaire de 5 jours des délais de paiement moyens des produits dont l'approvisionnement est direct

Objectifs du second semestre 2010/11

- A surface constante, maintenir le fonds de roulement inchangé. Le fonds de roulement total va néanmoins augmenter en raison de l'impact pénalisant des délais de paiement imposés par la loi LME* en France et des investissements nécessaires dans les nouveaux magasins.

**Raccourcissement des délais de paiement imposé par la législation française*

Développement durable

Kingfisher aide les clients à faire le choix de produits et services durables dans l'aménagement de leur habitat et ce à un coût réduit, tout en s'attachant à intégrer le développement durable dans sa propre activité et en réduisant son impact sur l'environnement et la société. D'importants progrès ont été accomplis vers la réalisation de ces objectifs au cours de la période :

- B&Q au Royaume-Uni a ainsi lancé des produits d'isolation des combles en laine de mouton, des tapis dont la doublure est constituée à 100% de tissus recyclés, des draps Commerce équitable et une gamme de peintures naturelles à base de kaolin, qui viennent compléter une gamme de plus de 4 000 articles écologiques. Castorama en France s'apprête à lancer le mois prochain des peintures sous marque propre fabriquées à 95% à partir d'ingrédients naturels, qui iront étoffer sa gamme « éco » comportant plus de 6 000 articles. Brico Dépôt en Espagne a lancé un kit de panneau solaire au prix avantageux de 79 euros.
- Nos diverses enseignes poursuivent leurs efforts en vue de minimiser leur empreinte carbone. Ainsi dans le cadre de ses engagements en vue de réduire les émissions de CO2 de 20% d'ici à 2012, B&Q (Royaume-Uni) a annoncé pour l'année prochaine un programme d'investissement de 2,3 millions de £ pour accroître les économies d'énergie liées à l'éclairage dans ses 37 magasins. En France, Castorama a installé un nouveau système de surveillance de l'alimentation en électricité, gaz et eau dans 30 magasins, qui devrait être étendu à l'ensemble de ses magasins en 2010.
- B&Q (Royaume-Uni) est désormais un partenaire reconnu dans le cadre du programme de modernisation énergétique de l'habitat ('Green Deal') lancé par le gouvernement britannique. C'est aussi l'une des entreprises partenaires de l'initiative Start du Prince de Galles.

- B&Q (Chine) a adhéré à la campagne “green commuting” (Pour des déplacements quotidiens écologiques) à l’occasion de l’exposition universelle de Shanghai 2010.

Revue opérationnelle - FRANCE

CA en m£	2010/11	2009/10	Variation (déclarée) en %	Variation (à taux de change constant) en %	Variation à surface comparable en %
France	2 185	2 209	(1,1)%	2,9%	1,4%

Résultat opérationnel en m£	2010/11	2009/10	Variation (déclarée) en %	Variation (à taux de change constant) en %
France	160	146	9,3%	13,7%

Les chiffres de la France comprennent Castorama et Brico Dépôt.

2010/11 : 1 £ = 1,16 euro (2009/10 : 1 £ = 1,12 euro)

* Les statistiques de la Banque de France pour la période Février-Juillet 2010 incluent les déménagements de magasins et les extensions de la surface commerciale

** Marché privé de la construction (Janv-Déc. 09) selon UNIBAL. Aucune donnée 2010 n'est encore disponible.

Tous les commentaires concernant l'activité ci-dessous s'entendent à taux de change constants.

Kingfisher France

Porté par les initiatives internes qui ont fait progresser le chiffre d'affaires de 2,9% à 2,2 milliards \$ (+1,4% à surface comparable, +1,6% à surface comparable incluant les déménagements de magasins et les extensions de la surface commerciale) Kingfisher France a fait mieux que le marché. Sur le marché français, le Groupe a inauguré trois nouveaux magasins et en a rénové trois autres, accroissant ainsi sa surface commerciale d'environ 2%.

Le résultat opérationnel a progressé de 13,7% sous l'effet de la croissance du chiffre d'affaires et de l'amélioration des marges brutes (+100 points de base) elle-même imputable au net accroissement des approvisionnements directs, à la poursuite de l'optimisation des achats et au recul de l'activité promotionnelle par rapport au premier semestre 2009.

Chez Castorama, le chiffre d'affaires total progresse de 4,1% à 1,2 milliard £ (+2,6% à surface comparable, +3,1% à surface comparable incluant les déménagements de magasins et les extensions de la surface commerciale). Selon les statistiques de la Banque de France*, les ventes à surface comparable du marché ont augmenté d'environ 1%. L'avancement du programme de rénovation des magasins (60% de l'espace de vente total est désormais achevé), le lancement de nouvelles gammes innovantes et la nouvelle campagne de marketing 'Do-it-Smart' visant à faciliter les projets d'aménagement de l'habitat de nos clients sont autant de facteurs qui expliquent la bonne performance de Castorama.

Les catégories saisonnières ont progressé d'environ 5% à surface comparable grâce à une météo favorable et à de nouvelles gammes de mobilier de jardin. Dans les catégories non saisonnières, les ventes ont augmenté d'environ 3% dans la plupart des segments, les articles de décoration enregistrant des performances particulièrement satisfaisantes grâce à un nouveau catalogue.

Le chiffre d'affaires total déclaré de **Brico Dépôt**, enseigne qui cible plus particulièrement le marché professionnel, a crû de 1,4% à 1,0 milliard £ (-0,2% à surface comparable). Le segment professionnel**, qui avait reculé l'année dernière de 11%, semble s'être redressé, porté par le rebond des mises en chantier et des permis de construire.

Les initiatives internes visant à augmenter le chiffre d'affaires ont bien avancé au premier semestre avec notamment un programme plus ambitieux de redynamisation des gammes de produit, l'accroissement des promotions 'arrivages' (promotions ponctuelles sur certains articles) et le lancement de nouveaux catalogues à parution plus fréquente, mettant l'accent sur le rapport qualité/prix des produits Brico Dépôt. Les nouvelles gammes de cuisines introduites l'année dernière ont rencontré un franc succès (+10% à surface comparable).

Revue opérationnelle – ROYAUME-UNI ET IRLANDE

Chiffre d'affaires en m£	2010/11	2009/10	Variation (déclarée) en %	Variation (à taux de change constant) en %	Variation à surface comparable en %
Royaume-Uni et Irlande	2 328	2 401	(3,0)%	(2,9)%	(3,7)%

Résultat opérationnel en m£	2010/11	2009/10	Variation (déclarée) en %	Variation (à taux de change constant) en %
Royaume-Uni et Irlande	171	148	15,7%	15,8%

Le Royaume-Uni et de l'Irlande comprennent B&Q au Royaume-Uni et en Irlande, ainsi que Screwfix. 2010/11 : 1£ = 1,16 euro (2009/10 : 1£ = 1,12 euro)

**Données de marché fournies par GfK pour les principaux groupes britanniques de produits et de services d'amélioration de l'habitat (surfaces nouvelles comprises). Cependant, ces statistiques ne tiennent pas compte des distributeurs privés tels qu'IKEA ou d'autres sociétés indépendantes plus petites.*

Tous les commentaires concernant l'activité ci-dessous s'entendent à taux de change constant.

Kingfisher Royaume-Uni et Irlande

Le chiffre d'affaires total s'est inscrit en baisse de 2,9%, à 2 328 millions de £ (-3,7% à surface comparable) dans un contexte de dégradation du marché de l'amélioration de l'habitat*, affecté par la faible demande des consommateurs pour les investissements dans des projets plus onéreux pour leur intérieur.

Cependant, le résultat opérationnel a progressé de 15,8%, en conséquence d'initiatives internes visant à accroître les marges brutes et à abaisser les charges d'exploitation. Le résultat a également bénéficié de la décision tactique, prise au deuxième trimestre, de limiter le recours aux promotions généralisées à l'échelle d'un magasin entier. Cette approche, qui a certes affecté la croissance des ventes à surface comparable, s'est néanmoins traduite par une augmentation de la marge brute par rapport à l'exercice précédent.

Le chiffre d'affaires total de **B&Q Royaume-Uni et Irlande** a reculé de 3,1% (-3,7% à surface comparable), pour atteindre 2 095 millions de £. Les ventes d'articles de plein air ont cédé environ 1% malgré des conditions météorologiques mitigées et après une solide croissance lors de l'exercice précédent (+7%). Si les ventes d'articles de décoration ont accusé un repli de l'ordre de 2%, celles réalisées sur les espaces d'exposition (cuisines, salles de bain et chambres à coucher) et dans les produits de construction ont chuté de 6% environ, du fait de la diminution des promotions et de la baisse des achats de produits plus chers par les clients. Comme prévu, le déploiement de l'offre 'TradePoint' dans les magasins grand format de B&Q a également influé sur le chiffre d'affaires des produits de construction.

Le résultat opérationnel a progressé de 15,4%, à 158 millions de £, avec une très forte hausse de 140 points de base de la marge brute en pourcentage (2009/10 : +110 points de base) permise par l'augmentation de l'approvisionnement direct et par une nouvelle réduction des démarques et des promotions. Nous sommes

également restés très impliqués dans la réduction des charges d'exploitation, qui ont pu diminuer parallèlement au chiffre d'affaires.

Le déploiement de la nouvelle offre **TradePoint** dans les magasins B&Q grand format annoncé lors des résultats préliminaires en mars 2010 s'est effectué dans les temps et conformément au budget prévu. L'offre TradePoint est à présent proposée dans 118 magasins B&Q grand format, et une campagne de publicité a été lancée pour la première fois à l'échelle nationale.

Cette offre propose le meilleur de B&Q (horaires d'ouverture élargis, emplacements pratiques et large gamme de produits de construction en plus de l'offre grand public des magasins), auquel elle ajoute les produits et l'expertise logistique de Screwfix pour créer un environnement commercial comportant davantage de marques professionnelles et des prix réservés aux artisans et sociétés du secteur. Cette offre unique au Royaume-Uni, exclusivement réservée aux professionnels, devrait dynamiser la faible part de marché de Kingfisher sur ce segment de clientèle.

Les ventes aux professionnels représentent à présent 13% du chiffre d'affaires total des quatre magasins tests initiaux, contre environ 9% précédemment, un pourcentage appelé à croître encore au fur et à mesure que l'offre sera plus connue et que les professionnels lui accorderont leur confiance. Plus de 250 000 clients se sont inscrits dans les comptoirs TradePoint, soit nettement plus que le nombre d'affiliés à l'ancienne carte Trade Discount de B&Q pour les professionnels.

Suite au succès du déploiement de l'offre TradePoint dans les magasins B&Q grand format, un service de commande et retrait sera mis à l'essai au second semestre dans les magasins B&Q moyen format. Ce service s'appuiera sur une livraison à J+1 à partir d'un point de commande situé dans le magasin, tout en offrant un accès immédiat à des prix professionnels sur la majeure partie des produits grand public proposés à la vente.

Screwfix a bien résisté aux difficultés du marché professionnel, avec un recul de son chiffre d'affaires total de 1,4%, à 233 millions de £. Parmi les initiatives de relance des ventes adoptées dans un marché éprouvant figuraient le lancement de nouvelles gammes et l'ouverture au premier semestre de 91 comptoirs professionnels supplémentaires, réservés exclusivement aux plombiers et électriciens et implantés dans les points de vente Screwfix actuels. Les comptoirs professionnels, dorénavant au nombre de 150, génèrent environ 60% du chiffre d'affaires total. Le résultat opérationnel est ressorti à 13 millions de £, soit une hausse de 21,7% traduisant une optimisation de la distribution et une gestion rigoureuse des coûts.

Revue opérationnelle – INTERNATIONAL

Chiffre d'affaires en m£	2010/11	2009/10	Variation (déclarée) en %	Variation (à taux de change constant) en %	Variation à surface comparable en %
International	941	892	5,6%	0,7%	(1,4)%

Résultat opérationnel en m£	2010/11	2009/10	Variation (déclarée) en %	Variation (à taux de change constant) en %
International	71	53	33,5%	21,0%

L'International comprend la Pologne, la Chine, l'Espagne, la Russie, la joint-venture en Turquie et Hornbach en Allemagne. Le chiffre d'affaires des joint-ventures et des sociétés mises en équivalence n'est pas consolidé.

2010/11 : 1£ = 1,16 euro (2009/10 : 1£ = 1,12 euro)

2010/11 : 1£ = 4,64 zlotys polonais (2009/10 : 1£ = 5,09 zlotys polonais)

2010/11 : 1£ = 10,31 renminbis chinois (2009/10 : 1£ = 9,96 renminbis chinois)

Tous les commentaires concernant l'activité ci-dessous s'entendent à taux de change constant.

Le chiffre d'affaires total à l'**International** s'est inscrit en hausse de 0,7%, à 941 millions de £ (-1,4% à surface comparable). Le résultat opérationnel a progressé de 21%, pour atteindre 71 millions de £, ce qui comprend une solide croissance en Espagne et en Turquie ainsi qu'une diminution des pertes en Chine, des éléments en partie contrebalancés par l'érosion des marges en Pologne.

Au premier semestre ont été ouverts trois nouveaux magasins en tout, en Espagne, en Russie et en Turquie. Dix ouvertures supplémentaires sont prévues pour le second semestre, dont cinq en Pologne, une en Russie et quatre en Turquie.

En **Europe de l'Est**, le chiffre d'affaires en **Pologne** a reculé de 2,8%, à 524 millions de £, dans un marché en ralentissement. Le résultat opérationnel de 65 millions de £ a enregistré un léger repli de 4 millions de £ malgré une érosion des ventes à surface comparable de 6%, grâce aux ventes d'articles à marge plus élevée et aux économies d'échelle réalisées sur les approvisionnements, qui ont permis d'accroître les marges brutes de 70 points de base. En **Russie**, les ventes ont augmenté de 37,5%, à 111 millions de £, dans un contexte commercial difficile. En **Turquie**, le résultat opérationnel de Koçtaş (joint-venture dont Kingfisher détient 50%) a augmenté de 21,8%, à 7 millions de £, grâce à une nette accélération de la croissance des ventes (+6,9% à surface comparable) et à une gestion rigoureuse des coûts.

Dans les autres pays, l'**Espagne** a enregistré une importante progression de son résultat, avec une hausse du chiffre d'affaires de 19,6% à 119 millions de £, ce qui dépasse largement l'ensemble du marché. L'enseigne allemande **Hornbach**, dans laquelle Kingfisher détient une participation de 21%, a contribué au résultat opérationnel à hauteur de 11 millions de £ (2009/10 : 13 millions de £).

Le chiffre d'affaires de **B&Q Chine** a cédé 13,2%, à 187 millions de £, principalement en raison de la diminution du nombre de magasins (sept de moins

qu'à la même période de l'année précédente). Les ventes des magasins restants ont cependant augmenté de 10,4% à surface comparable, avec une accélération du marché des logements dans la plupart des régions qui a contribué à stimuler la demande. En revanche, cette dernière pourrait se trouver affectée par la réglementation plus restrictive adoptée récemment sur les biens immobiliers.

Les premières mesures du plan de redressement progressent comme prévu et les pertes de 12 millions de £ enregistrées représentent presque la moitié de celles de l'exercice précédent.

Revue financière

Le **chiffre d'affaires du Groupe** a reculé de 0,9%, à 5,5 milliards de £ (2009/10 : 5.5 milliards de £), en repli de 0,1% à taux de change constant. Le nombre de magasins est passé au total de 831 en fin d'année à 837, joint-ventures incluses. A surface comparable, le chiffre d'affaires du Groupe a diminué de 1,3% (2009/10 : -2,1%).

Le **résultat d'exploitation** hors éléments exceptionnels a progressé à 374 millions de £ (2009/10 : 320 millions de £, 2008/09 : 250 millions de £). Après éléments exceptionnels, il s'inscrit en hausse, pour passer de 320 millions de £ à 367 millions de £. Le Groupe a enregistré 9 millions de £ de charges exceptionnelles au Royaume-Uni liées à la restructuration du réseau de distribution sur le marché britannique, ainsi qu'une plus-value de 2 millions de £ réalisée sur la cession d'immeubles. Le **résultat opérationnel** a augmenté de 15,7%, à 402 millions de £ (2009/10 : 347 millions de £), en hausse de 15,8% à taux de change constant, grâce à l'amélioration des marges et à la rationalisation des charges d'exploitation. Les **charges centrales** sont restées stables par rapport à la même période de l'exercice précédent.

Les **intérêts** ont diminué de 50%, pour atteindre 16 millions de £ (2009/10 : 32 millions de £), en raison principalement du remboursement de la dette sur les 18 derniers mois, permis par la génération de trésorerie du Groupe ainsi que par la baisse des taux d'intérêt. Les intérêts se répartissent comme suit :

	2010/11 en m£	2009/10 en m£
Sortie de trésorerie		
Intérêts sur dette nette	(16)	(31)
Sans sortie de trésorerie		
Intérêts (Charge)/Produit sur le fonds de pension à prestations définies	(4)	(2)
Ajustement de la conversion des soldes de prêts entre sociétés du Groupe	4	-
Autres	-	1
Intérêts nets statutaires	(16)	(32)

Le **résultat avant impôts** est passé de 288 millions de £ à 351 millions de £. Sur une base plus comparable, c'est-à-dire hors impact des éléments exceptionnels et ajustement de la conversion des soldes des prêts entre sociétés du Groupe, le **résultat avant impôts retraité** s'inscrit en hausse de 23%, à 354 millions de £.

Le tableau ci-dessous fournit un rapprochement du résultat statutaire et du résultat retraité :

	2010/11 m£	2009/10 m£	Augmentation %
Résultat avant impôts	351	288	22%
Eléments exceptionnels	7	-	
Résultat avant éléments exceptionnels et impôts	358	288	24%
Ajustement de la conversion des soldes de prêts entre sociétés du Groupe	(4)	-	
Résultat avant impôts retraité	354	288	23%

Charge fiscale sur le résultat avant éléments exceptionnels	(107)	(90)	
Impact fiscal des éléments de l'exercice précédent	(2)	3	
Charge fiscale liée à l'ajustement de la conversion des soldes de prêts entre sociétés du Groupe	1	-	
Résultat après impôts retraité	246	201	22%
Intérêts minoritaires	2	3	
Résultat après impôts retraité imputable aux actionnaires	248	204	22%

Le **taux d'imposition effectif** appliqué au résultat avant éléments exceptionnels, ajustement des impôts de l'exercice précédent et ajustement de la variation du taux d'imposition ressort à 30% (2009/10 : 30%), sur la base des projections actuelles pour l'ensemble de l'exercice financier 2010/11.

Le **résultat de la période** (imputable aux actionnaires) a augmenté pour atteindre 250 millions de £ (2009/10 : 201 millions de £). Le résultat après impôts retraité (imputable aux actionnaires) s'est inscrit en hausse de 22%, à 248 millions de £.

Le **résultat de base par action retraité** a progressé à 10,6 p (2009/10 : 8,6 p). Le résultat de base par action non retraité a progressé à 10,6 p (2009/10 : 8,5 p). Nous proposons à la note 8 un rapprochement du résultat de base par action retraité et non retraité.

Nous avons annoncé en fin d'année qu'à l'avenir les acomptes sur dividende du Groupe seraient calculés de manière à représenter automatiquement 35 % du dividende total de l'exercice précédent tel qu'annoncé dans la présentation des résultats annuels au mois de mars. Par conséquent, nous proposons aujourd'hui un acompte sur dividende de 1,925 p (2009/10 : 1,925 p par action).

Sachant que nous avons reconstitué l'an dernier notre taux de couverture des dividendes à trois fois le résultat retraité, on peut escompter que, sous réserve d'une approbation finale en mars, lorsque le Conseil d'administration examinera les performances, les perspectives d'activité et les besoins de capitaux du Groupe, le dividende total au titre de l'exercice en cours sera substantiellement relevé, en ligne avec le résultat retraité.

La date de détachement du dividende est fixée au 6 octobre 2010 et la date de paiement au 12 novembre 2010 pour les actionnaires inscrits au registre à la fermeture des bureaux le 8 octobre 2010. Les actionnaires pourront toucher leur dividende en numéraire ou en actions de Kingfisher plc par le biais du programme DRIP (*Dividend reinvestment plan*). Les actionnaires souhaitant opter pour le réinvestissement en vue du prochain versement d'acompte sur dividende, mais qui ne sont pas encore inscrits au programme, devront avoir notifié leur décision au teneur de registre, Computershare Investor Services plc, d'ici au 22 octobre 2010.

La **trésorerie disponible** se traduit par un flux de trésorerie positif de 387 millions de £ pour le semestre, ce qui représente une amélioration de 40 millions de £ par rapport à la même période de l'exercice précédent, essentiellement en raison d'une progression du résultat, d'une baisse des taux d'intérêt et de la charge fiscale et d'une augmentation des plus-values sur cessions d'immeubles, éléments contrebalancés comme prévu par une réduction moins marquée des besoins en

fonds de roulement. Le tableau ci-dessous présente les flux de trésorerie et l'état de variation de la dette nette :

	2010/11	2009/10
	m£	m£
Résultat d'exploitation (hors éléments exceptionnels)	374	320
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie ¹	135	146
Variation du fonds de roulement	25	163
Pensions et provisions (avant éléments exceptionnels)	(30)	(32)
Flux de trésorerie d'exploitation	504	597
Intérêts nets versés	(12)	(36)
Impôts	(51)	(79)
Formation brute de capital fixe	(127)	(140)
Plus-values sur les cessions de terrains, constructions et installations	73	5
Flux de trésorerie disponible	387	347
Dividendes versés	(84)	(80)
Éléments exceptionnels hors cessions d'immeubles	(12)	(24)
Autres ²	7	4
Variation de la dette nette	298	247

¹ Inclut les provisions pour amortissements et dépréciations, les charges afférentes aux plans de rémunération en actions, la variation des éléments sans incidence sur la trésorerie relatifs aux retraites et aux provisions, la part du résultat après impôts des joint-ventures et sociétés mises en équivalence, et les plus/moins values sur les cessions de magasins.

² Inclut les dividendes versés par les joint-ventures et les sociétés mises en équivalence.

La **formation brute de capital fixe** sur la période s'est élevée à 127 millions de £ (2009/10 : 140 millions de £), avec des plus-values nettes de 73 millions de £ (2009/10 : 5 millions de £), essentiellement réalisées sur la cession d'immeubles. La majeure partie des investissements de l'exercice en cours seront réalisés durant le second semestre.

La **trésorerie nette** en fin de période atteignait 19 millions de £ (30 janvier 2010 : dette nette de 250 millions de £ ; 1^{er} août 2009 : dette nette de 740 millions de £). La dette nette fait l'objet d'un rapprochement à la note 14. Au 31 juillet 2010, le Groupe disposait de 500 millions de £ de lignes de crédit non utilisées, la prochaine date d'échéance significative étant prévue pour octobre 2010. Au cours de la période, le Groupe a procédé au rachat d'obligations à échéance 2012 d'une valeur nominale de 43 millions de £, tandis que 85 millions de £ d'obligations à échéance 2010 sont arrivées à expiration.

Le profil des échéances financières de Kingfisher peut être consulté à l'adresse suivante : www.kingfisher.com/index.asp?pageid=76

Les **engagements nets de retraite** au sens de la norme IAS 19 accusaient au 31 juillet 2010 un déficit de 125 millions de £, contre 198 millions de £ au 30 janvier 2010. Cette amélioration s'explique principalement par les contributions payées d'un montant de 23 millions de £, et par une réduction de 3,4% à 3,2% du taux d'inflation utilisé pour le calcul des engagements du Groupe.

Risques

Le Conseil d'administration estime que l'évaluation des risques, l'identification de mesures pouvant les réduire et le contrôle interne constituent des éléments fondamentaux pour atteindre les objectifs stratégiques de Kingfisher. Selon le Conseil d'administration, les principaux risques pesant sur ces derniers, qui restent

globalement inchangés par rapport aux objectifs énoncés dans le Rapport annuel et États financiers de 2009/10, sont les suivants :

- Une reprise économique fragile qui continue d'affecter la confiance des consommateurs et de limiter les possibilités de croissance ;
- L'incapacité de tirer parti du pouvoir de négociation, des synergies et des économies d'échelle conférés par l'ensemble du Groupe ;
- Un rendement inférieur aux attentes en Chine ;
- Des systèmes et des infrastructures de chaîne de production trop rigides et incapables de mener à bien les projets stratégiques du Groupe ;
- Un manque d'adaptation des formats et des modèles du Groupe à l'évolution constante des schémas de consommation, en particulier compte tenu de l'impact de l'évolution des modes de distribution multi-canaux ;
- Un investissement insuffisant dans les ressources humaines, qui doivent apporter au Groupe des équipes, des compétences et une expérience du niveau requis ;
- Le risque de pénalités ou d'amendes en cas de non observation des nouvelles dispositions légales ou réglementaires ;
- L'impact sur la réputation du Groupe d'une catastrophe éthique ou environnementale ;
- L'impact sur la réputation du Groupe d'un sinistre sanitaire ou de sécurité majeur, qui porterait préjudice à ses salariés, et entraînerait des pénalités ou des poursuites en justice ;
- L'absence de mise en œuvre des mesures et des méthodes requises pour évaluer efficacement la valeur pour l'actionnaire dégagée par le programme Créer de la Valeur.

Pour davantage de détails sur les risques du Groupe et sur ses procédures de gestion du risque, se référer aux pages 26 à 28 du Rapport annuel et États financiers 2009/10.

Revue opérationnelle - STATISTIQUES PAR PAYS au 31 juillet 2010

	Nombre de magasins	Surface commerciale (en milliers de m ²)	Effectifs (ETP)
Castorama	102	1 030	12 702
Brico Dépôt	101	552	6 332
Total France	203	1 582	19 034
B&Q Royaume-Uni et Irlande	330	2 477	22 602
Screwfix	150	13	2 835
Total Royaume-Uni et Irlande	480	2 490	25 437
Pologne	56	420	9 090
Chine	41	343	6 480
Espagne	17	101	974
Russie	13	117	2 418
Joint-venture en Turquie	27	142	1 966
Total International	154	1 123	20 928
Total	837	5 195	65 399

Revue opérationnelle – RÉSULTATS DU DEUXIÈME TRIMESTRE PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE – pour la période de 13 semaines close au 31 juillet 2010

	CA 2010/11 en m£	Variation totale (déclarée) en %	Variation totale (à taux de change constants) en %	Variation à surface constante en %	Résultat opérationnel 2010/11 en %	Variation totale (déclarée) en %	Variation totale (à taux de change constants) en %
France (1)	1 120	(2,2)%	3,5%	2,4%	100	6,3%	11,8%
Royaume-Uni et Irlande (2)	1 162	(4,0)%	(3,9)%	(4,5)%	99	17,7%	17,8%
International (3)	530	5,0%	1,7%	0,5%	57	37,1%	30,5%
Total	2 812	(1,7)%	Flat	(1,0)%	256	16,4%	17,9%

Remarques : Le chiffre d'affaires des joint-ventures et des sociétés mises en équivalence n'est pas consolidé. Le résultat opérationnel s'entend avant charges centrales, intérêts, éléments exceptionnels, amortissement des écarts d'acquisition et part du Groupe des intérêts et impôts liés aux joint-ventures et sociétés mises en équivalence.

(1) Castorama et Brico Dépôt.

(2) B&Q au Royaume-Uni et en Irlande et Screwfix.

(3) Pologne, Chine, Espagne, Russie, joint-venture en Turquie et Hornbach en Allemagne.

Enoncés prospectifs

Ce communiqué de presse comporte certains énoncés prospectifs qui, ayant trait à l'avenir, impliquent des risques, des hypothèses et des incertitudes susceptibles

d'entraîner des écarts considérables entre les résultats réels et les résultats exprimés ou sous-entendus. Ces énoncés prospectifs incluent, sans s'y limiter, les énoncés relatifs aux anticipations de la Société quant à ses trois grandes priorités (Management, Structure financière et Rentabilité) et les sept étapes associées aux objectifs du programme « Créer de la Valeur ».

Les énoncés prospectifs sont repérables à l'utilisation de termes tels que « croire », « estimer », « anticiper », « prévoir », « envisager », « planifier », « visée », « but », « objectif » ou, pour chacun d'eux, la forme future, conditionnelle, négative ou toute autre forme de ces termes ainsi que d'autres expressions similaires. Ils couvrent tous les faits qui ne sont pas historiques. Ils apparaissent à divers endroits de ce communiqué de presse et comprennent des énoncés traduisant nos intentions, nos convictions et nos anticipations actuelles ou celles de nos collaborateurs, directeurs et employés relativement, entre autres, aux résultats opérationnels, à la situation financière, à l'évolution des taux d'imposition, à la liquidité, aux perspectives, à la croissance, aux stratégies et aux activités que nous exerçons.

Les autres facteurs susceptibles d'entraîner des écarts considérables entre les résultats réels et les résultats estimés par les énoncés prospectifs, comprennent – sans s'y limiter – la conjoncture économique mondiale, les politiques monétaires et celles relatives aux taux d'intérêt, les taux de change, les marchés d'actions et immobiliers, l'impact de la concurrence, l'inflation et la déflation, les changements de la réglementation, de la fiscalité et de la législation, l'évolution des habitudes de consommation et d'épargne des ménages, et notre capacité à gérer ces facteurs.

En conséquence, notre situation financière, nos performances et nos résultats futurs pourraient différer sensiblement des plans, objectifs et anticipations exprimés dans nos énoncés prospectifs. La Société n'est pas tenue de publier les mises à jour des énoncés prospectifs résultant de nouvelles informations, d'événements futurs ou d'autres facteurs.

Pour tout renseignement complémentaire :

Ian Harding, Directeur de la Communication Groupe	020 7644 1029
Nigel Cope, Responsable Communication Externe	020 7644 1030
Sarah Gerrand, Responsable Communication Actionnaires et Investisseurs	020 7644 1032

L'original en anglais de ce communiqué peut être téléchargé sur notre site Internet, www.kingfisher.com, ou obtenu à l'adresse suivante : The Company Secretary, Kingfisher plc, 3 Sheldon Square, Londres, W2 6PX.

Notre Groupe :

Kingfisher plc est le premier distributeur européen de produits d'amélioration de l'habitat et le troisième mondial, avec près de 840 magasins répartis dans huit pays d'Europe et d'Asie. Ses principales enseignes sont B&Q, Castorama, Brico Dépôt et Screwfix. Kingfisher détient également 50% dans une joint-venture avec le Groupe Koç en Turquie. Il a noué une alliance stratégique avec Hornbach, leader allemand de la distribution de bricolage en magasin entrepôt, dans lequel il détient une participation de 21%.