

Jeudi 2 décembre 2010

Kingfisher annonce un résultat opérationnel en hausse de 8,2% pour le troisième trimestre

(période de 13 semaines close le 30 octobre 2010)

<u>Principaux chiffres consolidés</u>	Chiffre d'affaires	Variation totale	Variation totale	Variation en % à surface constante	Résultat opérationnel	Variation totale	Variation totale
		en % (déclarée)	en % (à taux de change constants)	(à taux de change constants)	en m£	en % (déclarée)	en % (à taux de change constants)
France	1 123	0,8%	3,1%	1,8%	130	3,1%	6,0%
Royaume-Uni et Irlande	1 051	(3,8)%	(3,7)%	(4,2)%	46	(0,5)%	(0,6)%
International	517	6,3%	2,8%	(1,1)%	64	17,9%	21,0%
Total Groupe	2 691	(0,1)%	0,3%	(1,2)%	240	5,9%	8,2%

Remarques : Le chiffre d'affaires des joint-ventures (Koçtaş) et des sociétés mises en équivalence (Hornbach) 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.

Faits marquants (à taux de change constants) :

- Le chiffre d'affaires total s'avère globalement stable, la solide croissance à l'international ayant compensé le recul de l'activité au Royaume-Uni et en Irlande, où les bases de comparaison étaient les plus élevées depuis 14 trimestres.
- Le résultat opérationnel a progressé de 8,2% grâce à nos opérations à l'international et à la poursuite des initiatives internes d'accroissement des marges et de réduction des coûts dans l'ensemble du Groupe.
- La trésorerie nette atteint 203 millions de £ (contre 19 millions de £ au 31 juillet 2010). Étant donné que certains projets d'investissement devraient dorénavant être comptabilisés au titre du prochain exercice financier, nous pensons que notre trésorerie nette restera positive en fin d'année.

Commentaire d'Ian Cheshire, Directeur général du groupe :

« Ce trimestre est significatif pour notre rentabilité annuelle globale, et je me réjouis des bons résultats que continue d'afficher notre programme d'initiatives internes, à présent bien établi. Nos activités en dehors du Royaume-Uni se sont révélées particulièrement performantes, puisqu'elles représentent 80% du résultat trimestriel. En France, notre programme de marketing innovant 'Do-it-Smart', qui vise à accélérer et à faciliter les projets d'aménagement de l'habitat de nos clients, contribue à tirer le chiffre d'affaires et le résultat à la hausse. En Pologne, nous enregistrons une solide progression de nos bénéfices, sur un marché qui commence à se stabiliser après un premier semestre difficile. En Chine, notre plan de redressement suit son cours, avec une diminution des pertes en ligne avec nos prévisions. Au Royaume-Uni et en Irlande, où les bases de comparaison étaient particulièrement élevées pour ce trimestre, nous avons pu stabiliser notre résultat trimestriel malgré des conditions d'activité toujours défavorables et des investissements constants dans notre offre aux particuliers comme aux professionnels. Dans tout le Groupe, nos initiatives d'approvisionnement et notre taille sont de plus en plus mobilisés pour améliorer l'offre à nos clients et accroître notre rentabilité. Nous entamons le quatrième trimestre en bonne position, tandis que notre programme « Créer de la Valeur » progresse selon les prévisions. Nous sommes bien préparés pour exploiter au mieux notre activité commerciale durant cette période difficile et continuons d'établir des fondations solides pour le développement futur de notre chiffre d'affaires et de notre résultat ».

Revue opérationnelle du troisième trimestre - FRANCE

CA en m£	2010/11	2009/10	Variation en % (déclarée)	Variation en % (à taux de change constants)	Variation en % à surface constante
France	1 123	1 115	0,8%	3,1%	1,8%

Résultat opérationnel en m£	2010/11	2009/10	Variation en % (déclarée)	Variation en % (à taux de change constants)
France	130	126	3,1%	6,0%

Les chiffres de la France comprennent Castorama et Brico Dépôt.

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

Kingfisher France

Kingfisher France a continué de progresser plus vite que le marché, porté par les initiatives internes, qui ont permis une croissance du chiffre d'affaires de 3,1%, à 1 123 millions de £ (+1,8% à surface constante, +2,0% à surface comparable). Quatre magasins de nos deux enseignes en France ont été rénovés, ce qui s'est traduit par environ 2% de surface commerciale supplémentaire par rapport au troisième trimestre de l'exercice précédent.

Le résultat opérationnel s'est inscrit en hausse de 6,0%, à 130 millions de £, sous l'effet de la croissance constante du chiffre d'affaires et des marges brutes (+140 points de base), grâce à un recours accru aux approvisionnements directs et aux effets positifs de la poursuite de l'optimisation des achats.

Le chiffre d'affaires total de **Castorama** a progressé de 5,0%, à 599 millions de £ (+4,0% à surface constante, +4,3% à surface comparable). Selon les statistiques de la Banque de France*, les ventes du marché à surface comparable se sont inscrites en hausse d'environ 1%. L'avancement du programme de rénovation des magasins (63% 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 surperformance de Castorama.

Les chiffres d'affaires des catégories saisonnières et non saisonnières ont augmenté dans des proportions comparables, avec un dynamisme tout particulier de la part des nouvelles gammes de produits dans le chauffage et la décoration.

Le chiffre d'affaires total déclaré de **Brico Dépôt**, enseigne qui cible plus particulièrement le marché professionnel, a crû de 1,0%, à 524 millions de £ (-0,7% à surface constante). Les ventes à surface constante ont été affectées par les grèves menées dans toute la France en début de trimestre. 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 accroître le chiffre d'affaires et la fréquentation des magasins ont encore bien avancé au troisième trimestre, avec notamment un programme plus ambitieux de redynamisation des gammes, davantage de promotions 'arrivages' (promotions ponctuelles sur certains articles) et le lancement de 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 constante).

**Les statistiques de la Banque de France incluent les déménagements de magasins et les extensions de la surface commerciale ; en revanche, elles ne tiennent pas compte du gros-œuvre pour les professionnels.*

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

Revue opérationnelle du troisième trimestre - ROYAUME-UNI ET IRLANDE

CA en m£	2010/11	2009/10	Variation en % (déclarée)	Variation en % (à taux de change constants)	Variation en % à surface constante
Royaume-Uni et Irlande	1 051	1 092	(3,8)%	(3,7)%	(4,2)%

Résultat opérationnel en m£	2010/11	2009/10	Variation en % (déclarée)	Variation en % (à taux de change constants)
Royaume-Uni et Irlande	46	46	(0,5)%	(0,6)%

Le Royaume-Uni et de l'Irlande comprennent B&Q au Royaume-Uni et en Irlande, ainsi que Screwfix.

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

Kingfisher Royaume-Uni et Irlande

Le chiffre d'affaires total a reculé de 3,7%, à 1 051 millions de £ (-4,2% à surface constante) sur des marchés difficiles, et à partir de bases de comparaison particulièrement élevées (2009/10 : +3,9% à surface constante). En revanche, le résultat opérationnel a pu rester globalement stable, soutenu par les initiatives internes visant à accroître les marges brutes et à abaisser les charges d'exploitation.

Le chiffre d'affaires total de **B&Q Royaume-Uni et Irlande** affiche un repli de 4,7%, à 924 millions de £ (-5,1% à surface constante) par rapport à un troisième trimestre extrêmement dynamique l'année dernière (2009/10 : +5,7% à surface constante), qui avait bénéficié du succès de programme de liquidation des stocks entreposés en haut des linéaires. Le chiffre d'affaires déclaré a reculé dans les mêmes proportions pour toutes les catégories, en conséquence d'une diminution de la fréquentation, qui a pu être compensée en partie par une augmentation de la Valeur de transaction moyenne (VTM). Toutefois, les ventes sous-jacentes de cuisines ont bien réagi à une meilleure mise en valeur des produits, au lancement de nouvelles gammes et à des promotions plus ciblées au cours du trimestre, avec une progression des ventes brutes de 13% (qui seront pour une large part livrées, et donc comptabilisées, au quatrième trimestre).

Le résultat opérationnel de 38 millions de £ (2009/10 : 43 millions de £) a profité d'une amélioration de 110 points de base de la marge brute en pourcentage, soutenue par l'augmentation de l'approvisionnement direct et par une nouvelle réduction des démarques. Nous sommes également restés très impliqués dans la réduction des charges d'exploitation, malgré une hausse de nos dépenses de marketing occasionnée par le lancement à l'échelle nationale de l'offre TradePoint dans les magasins B&Q grand format et par le lancement de la campagne de publicité 'Making it Easier' en fin de trimestre. Comme à Castorama France, cette campagne vise à faciliter les projets d'amélioration de l'habitat de nos clients.

L'offre TradePoint continue de se développer et le chiffre d'affaires annualisé aux professionnels mesuré dans les quatre premiers magasins concernés ne cesse de croître, pour représenter à présent 17% du chiffre d'affaires total des magasins, contre environ 9%

avant le lancement de l'offre. Plus de 300 000 clients sont dorénavant inscrits dans les comptoirs TradePoint et le service de commande et retrait a été étendu à tous les magasins B&Q de moyen format restants. Ce nouveau service s'appuie sur une livraison à J+1 dans le magasin le plus pratique pour le professionnel, tout en offrant un accès immédiat à des prix professionnels à toutes les caisses de B&Q. Parallèlement au déploiement de TradePoint, les gammes de produits de construction proposées dans les magasins B&Q grand public sont entièrement réétudiées.

Le chiffre d'affaires total de **Screwfix** a progressé de 4,1%, à 127 millions de £, tiré à la hausse par de nouvelles gammes et par la création de comptoirs spécialisés exclusivement réservés aux plombiers et aux électriciens et implantés dans les points de vente Screwfix actuels. Les points de vente concernés représentent actuellement environ 60% du chiffre d'affaires total. Deux nouveaux magasins ont ouvert au troisième trimestre, ce qui porte le total à 152, dont 102 sont équipés des nouveaux comptoirs spécialisés pour les professionnels. Le résultat opérationnel est ressorti à 8 millions de £, soit une augmentation de 5 millions de £ en glissement annuel. reflet de la forte croissance des ventes, de l'optimisation de la distribution et d'une gestion rigoureuse des coûts.

Revue opérationnelle du troisième trimestre – INTERNATIONAL

CA en m£	2010/11	2009/10	Variation en % (déclarée)	Variation en % (à taux de change constants)	Variation en % à surface constante
International	517	486	6,3%	2,8%	(1,1)%

Résultat opérationnel en m£	2010/11	2009/10	Variation en % (déclarée)	Variation en % (à taux de change constants)
International	64	55	17,9%	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 (Koçtaş) et des sociétés mises en équivalence (Hornbach) n'est pas consolidé.

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

Le chiffre d'affaires total de l'**International** a augmenté de 2,8%, pour atteindre 517 millions de £ (-1,1% à surface constante). Le résultat opérationnel a progressé de 21%, à 64 millions de £, en conséquence d'une nette hausse des bénéfices en Pologne, d'une croissance toujours soutenue en Espagne et en Turquie, et d'une réduction des pertes en Chine.

Au troisième trimestre ont été ouverts quatre nouveaux magasins, à savoir deux en Pologne, un en Russie et un en Turquie.

Europe de l'Est

Le chiffre d'affaires en **Pologne** a augmenté de 2,1%, à 300 millions de £ (-1,7% à surface constante), sur un marché ralenti mais en phase de stabilisation, après un premier trimestre difficile (premier semestre 2010/11 : -6% à surface constante). Le résultat opérationnel a progressé de 5,9% à 45 millions de £, tiré par la croissance des ventes et des marges brutes (+20 points de base), ces dernières bénéficiant des ventes d'articles à marge plus élevée et des économies d'échelle réalisées sur les approvisionnements. Les coûts ont augmenté moins rapidement que le chiffre d'affaires grâce un contrôle rigoureux des dépenses. En **Russie**, le chiffre d'affaires a crû de 38,9%, à 65 millions de £. En **Turquie**, le résultat opérationnel de Koçtaş (joint-venture dont Kingfisher détient 50%) a augmenté de 58,4%, à 5 millions de £, grâce à la solide progression des ventes (+9,4% à surface constante) et à une stricte maîtrise des coûts.

Dans les autres pays, l'**Espagne** a enregistré une très forte amélioration de son chiffre d'affaires, qui a augmenté de 13,6%, à 59 millions de £. L'enseigne allemande **Hornbach**, dans laquelle Kingfisher détient une participation de 21%, a contribué au résultat opérationnel à hauteur de 14 millions de £, soit 12,4% de plus que lors de l'exercice précédent.

Le chiffre d'affaires de **B&Q Chine** a cédé 15,6%, à 93 millions de £ (-3,7% à surface constante), principalement en raison de la diminution du nombre de magasins (six de moins qu'au troisième trimestre de l'année précédente) et de conditions de marché plus difficiles, affectées par la réglementation plus restrictive adoptée en mai 2010 sur les biens

immobiliers. Les premières mesures du plan de redressement progressent comme prévu et les pertes de 2 millions de £ enregistrent une diminution conforme à nos attentes par rapport au troisième trimestre de l'exercice précédent (2009/10 : 7 millions de £ de pertes déclarées). Nous tablons sur la réalisation de bénéfices au quatrième trimestre, traditionnellement le plus dynamique en Chine sur le plan commercial.

Revue opérationnelle - STATISTIQUES PAR PAYS au 30 octobre 2010

	Nombre de magasins	Surface commerciale (en milliers de m ²)	Effectifs (ETP)
Castorama	102	1 035	11 882
Brico Dépôt	101	554	6 240
Total France	203	1 589	18 122
B&Q Royaume-Uni et Irlande	330	2 477	23 020
Screwfix	152	13	2 889
Total Royaume-Uni et Irlande	482	2 490	25 909
Pologne	58	433	9 196
Chine	41	339	6 309
Espagne	17	100	848
Russie	14	126	2 354
Joint-venture en Turquie	28	148	2 392
Total International	158	1 146	21 099
Total	843	5 225	65 130

Revue opérationnelle – pour la période de 39 semaines close au 30 octobre 2010

	CA		Résultat				
	2010/11	Variation totale (déclarée)	Variation totale (à taux de change constants)	Variation à surface constante	opérationnel 2010/11	Variation totale (déclarée)	Variation totale (à taux de change constants)
	en m£	en %	en %	en %	en %	en %	en %
France	3 308	(0,5)%	2,9%	1,5%	290	6,4%	10,1%
Royaume-Uni et Irlande	3 379	(3,3)%	(3,2)%	(3,8)%	217	11,9%	11,9%
International	1 458	5,8%	1,4%	(1,3)%	135	25,6%	20,9%
Total Groupe	8 145	(0,6)%	0,0%	(1,3)%	642	11,8%	12,8%

2010/11 : 1 £ = 1,17 euro (2009/10 : 1,13 euro)

2010/11 : 1 £ = 4,66 zlotys polonais (2009/10 : 1 £ = 4,94 zlotys polonais)

2010/11 : 1 £ = 10,39 renminbis chinois (2009/10 : 1 £ = 10,67 renminbis chinois)

Remarques : Le chiffre d'affaires des joint-ventures (Koçtaş) et des sociétés mises en équivalence (Hornbach) 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.

Situation financière

Aucun événement ou transaction notable n'est venu affecter la solide situation financière du Groupe depuis les résultats déjà annoncés à la date de bilan du 30 janvier 2010.

Créer de la Valeur

Les progrès se poursuivent pour le programme en sept étapes « **Créer de la Valeur** », qui vise à optimiser le retour sur investissement et à accroître durablement la valeur pour l'actionnaire. Ces sept étapes sont les suivantes :

1. Améliorer la rentabilité de B&Q au Royaume-Uni et en Irlande
2. Exploiter les opportunités du marché professionnel au Royaume-Uni
3. Développer l'ensemble de nos activités en France
4. Poursuivre la croissance en Europe de l'Est
5. Remettre B&Q Chine dans la bonne direction
6. Développer le sourcing Groupe
7. Réduire le fonds de roulement

Le détail complet de ces progrès sera communiqué lors de l'annonce des résultats préliminaires de l'exercice clos le 29 janvier 2011. Une retransmission vidéo en direct sera assurée à partir de 09 h 00 le 24 mars 2011.

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.

A propos de Kingfisher:

Kingfisher plc est le premier distributeur européen de produits d'amélioration de l'habitat et le troisième mondial avec près de 840 magasins 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 et a une alliance stratégique et une participation de 21% dans Hornbach, leader allemand de la distribution de bricolage en magasin entrepôt.