

Jeudi 2 juin 2011

Kingfisher publie un chiffre d'affaires total en hausse de 3,3 % (+3,3 % à surface comparable) et un résultat opérationnel en progression de 19,1 % pour le premier trimestre

Principaux chiffres consolidés (13 semaines au 30 avril 2011)

	Chiffre d'affaires	Variation totale en %	Variation totale en %	Variation à surface comparable en %	Résultat opérationnel	Variation totale en %	Variation totale en %
	2011/12 en M£	(en déclaré)	(à tx. de change constant)	(à tx. de change constant)	2011/12 en M£	(en déclaré)	(à tx. de change constant)
France	1 109	4,1 %	6,4 %	5,4 %	77	28,7 %	31,5 %
Roy.-Uni & Irlande	1 187	1,8 %	1,9 %	1,4 %	83	14,7 %	14,7 %
International	434	5,5 %	8,4 %	3,7 %	14	1,3 %	7,3 %
Total Groupe	2 730	3,3 %	4,7 %	3,3 %	174	19,1 %	20,9 %

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 constant) :

- Le chiffre d'affaires du Groupe s'est inscrit en hausse de 4,7 %, soutenu par des conditions météorologiques favorables sur nos principaux marchés, une fête de Pâques plus tardive que l'année dernière et un enchaînement de jours fériés au Royaume-Uni.
- Le résultat opérationnel du Groupe a progressé de 20,9 %, chacune des trois principales divisions opérationnelles affichant une croissance vigoureuse, soutenue par un accroissement des ventes et par la poursuite des mesures d'optimisation des marges.
- La trésorerie nette ressort à 283 millions de £ (au 1er mai 2010, elle s'établissait à 86 millions de £), traduisant la priorité maintenue à la génération de cash et une réduction du besoin en fonds de roulement due à des facteurs saisonniers.

Commentaire d'Ian Cheshire, directeur général du Groupe :

« Je me réjouis du bon démarrage de l'année, notre Groupe ayant tiré parti de conditions météorologiques plus favorables dans toute l'Europe et d'un enchaînement de jours fériés au Royaume-Uni. Chacune de nos trois divisions a enregistré un chiffre d'affaires en progression, le maintien de notre politique d'optimisation de la rentabilité et d'amélioration de la productivité nous permettant d'enregistrer un résultat opérationnel en progression de plus de 20 %. En France, où nos initiatives de simplification de l'aménagement de l'habitat pour notre clientèle sont les plus avancées, nous avons enregistré une performance particulièrement vigoureuse, la croissance de notre chiffre d'affaires dépassant celle du marché.

« Malgré ce bon démarrage de l'année, nous restons convaincus que cette année sera sans doute difficile pour l'ensemble des acteurs du secteur de la distribution, notamment au Royaume-Uni. Il est également probable que l'arrivée précoce du printemps ait conduit certains clients à anticiper les ventes saisonnières de produits d'extérieur. Dans ces conditions, nous continuons d'accorder la priorité à notre programme d'initiatives internes afin d'enregistrer des résultats soutenus sur l'année pleine, notamment à l'approche de l'été, une période commerciale essentielle en France. Nous avons également entrepris de mobiliser nos équipes pour la prochaine phase de notre croissance à plus long terme ».

Pour tout renseignement complémentaire :

Ian Harding, Directeur de la Communication Groupe	020 7644 1029
Sarah Gerrand, Responsable Communication Actionnaires et Investisseurs	020 7644 1032
Nigel Cope, Responsable Communication Externe	020 7644 1030
Clare Haines, Chargée Communication Externe	020 7644 1286
Brunswick	020 7404 5959

Des copies supplémentaires de ce communiqué peuvent être téléchargées sur notre site Internet, www.kingfisher.com ou obtenues à l'adresse suivante : The Company Secretary, Kingfisher plc, 3 Sheldon Square, Londres, W2 6PX.

Situation financière

Aucun événement ou transaction significatif n'a eu d'impact sur la situation financière solide du Groupe depuis le 29 janvier 2011, date de clôture de l'exercice.

« 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. Les sept étapes de ce programme, qui devrait arriver à terme en janvier 2012, 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

Sur le trimestre, des progrès ont également été accomplis dans la mise en œuvre de la prochaine étape de notre développement, « **Créer davantage de valeur - Donner naissance au leader** », qui s'articule autour des thèmes généraux de la simplification de l'aménagement de l'habitat, du développement d'une gamme de 50 % de produits communs à travers notre réseau et de l'accélération de notre expansion.

Notre Groupe :

Kingfisher plc est le premier distributeur européen de produits d'amélioration de l'habitat et le troisième mondial avec plus de 860 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.

REVUE OPÉRATIONNELLE DU T1 2011/12 - FRANCE

CA en M£	2011/12	2010/11	Variation publiée	Variation (à tx. de change constants)	Variation à surface comparable
			(en %)	(en %)	(en %)
France	1 109	1 065	4,1 %	6,4 %	5,4 %

Résultat opérationnel en M£	2011/12	2010/11	Variation publiée	Variation (à tx. de change constants)
			(en %)	(en %)
France	77	60	28,7 %	31,5 %

Les chiffres de la France comprennent Castorama et Brico Dépôt
2011/12 : 1 £ = 1,16 euro (2010/11 : 1 £ = 1,13 euro)

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

Kingfisher France

Kingfisher France affiche de nouveau une croissance supérieure à celle du marché, les conditions météorologiques favorables et les initiatives internes permettant au Groupe de publier une amélioration du chiffre d'affaires de 6,4 % à 1 109 millions de £ (+5,4 % à surface comparable). Selon les statistiques de la Banque de France ⁽¹⁾ les ventes à surface comparable du marché ont augmenté de 2,5 %. Deux magasins ont été rénovés chez Castorama et chez Brico Dépôt, ce qui s'est traduit par environ 1 % de surface commerciale supplémentaire par rapport à l'année dernière au premier trimestre.

Le résultat opérationnel a progressé de 31,5 % à 77 millions de £, soutenu par la croissance vigoureuse du chiffre d'affaires et par l'amélioration de la marge brute (+90 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 6,4 % à 609 millions de £ (+6,4 % à surface comparable). L'avancement continu du programme de modernisation des magasins (64 % 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.

Le chiffre d'affaires des catégories saisonnières a crû d'environ 14 %, soutenu par les conditions météorologiques favorables et par les nouvelles gammes de meubles de jardin et de barbecues. Le chiffre d'affaires des catégories non saisonnières s'est inscrit en hausse d'environ 5 %, avec un dynamisme tout particulier de la part des nouvelles gammes de produits dans la décoration et les salles de bain.

Brico Dépôt, qui cible plus particulièrement le marché professionnel, a enregistré un chiffre d'affaires total en progression de 6,2 % à 500 millions de £ (+4,1 % à surface comparable). Le segment professionnel ⁽²⁾, qui avait enregistré un déclin de 4 % l'année dernière, 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 et la fréquentation ont encore bien avancé au premier trimestre, avec notamment un programme plus ambitieux de redynamisation des gammes, davantage de promotions 'arrivages' (promotions ponctuelles sur certains articles) et le relancement du catalogue de poche 'Le Book' de Brico Dépôt, mettant l'accent sur le rapport qualité/prix des produits Brico Dépôt. Les nouvelles gammes de douches et de carrelage intérieur introduites l'année dernière ont affiché une performance particulièrement vigoureuse (+13 % à surface comparable).

⁽¹⁾ Les statistiques de la Banque de France ne prennent pas en compte le gros œuvre pour les professionnels

⁽²⁾ Marché privé de la construction jan.-déc. 2010 d'après UNIBAL

REVUE OPERATIONNELLE T1 2011/12 – ROYAUME-UNI ET IRLANDE

Chiffre d'affaires en m£	2011/12	2010/11	Variation (déclarée) en %	Variation (à taux de change constant) en %	Variation (à surface comparable) en %
Royaume-Uni & Irlande	1 187	1 166	1,8 %	1,9 %	1,4 %

Résultat opérationnel en m£	2011/12	2010/11	Variation (déclarée) en %	Variation (à taux de change constant) en %
Royaume-Uni & Irlande	83	72	14,7 %	14,7 %

*Le Royaume-Uni & l'Irlande comprennent B&Q au Royaume-Uni & en Irlande ainsi que Screwfix.
2011/12 : 1 £ = 1,16 euro (2010/11 : 1,13 euro)*

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

Kingfisher Royaume-Uni & Irlande

Le chiffre d'affaires total s'est inscrit en hausse de 1,9 %, à 1 187 millions de £, soutenu par des conditions météorologiques favorables et par le fait que les jours fériés sont tombés en fin de trimestre. Le résultat opérationnel a progressé de 14,7 %, sous l'effet de la croissance des ventes et d'initiatives internes visant à accroître la marge brute et à abaisser les coûts.

Le chiffre d'affaires total de B&Q Royaume-Uni et Irlande est ressorti en hausse de 1,5 %, à 1 063 millions de £ (+1,5 % à surface comparable). Les ventes de produits saisonniers ont progressé de 15 % environ, notamment le mobilier de jardin et les peintures extérieures qui ont enregistré des résultats satisfaisants. Les ventes liées aux projets d'intérieur (espaces d'exposition) ont toutefois reculé de 10 % environ, les consommateurs ayant privilégié les projets d'extérieur. Les comptoirs « TradePoint » affichent toujours une progression satisfaisante avec près de 500 000 clients professionnels d'ores et déjà affiliés et le lancement, durant le trimestre, d'un nouveau service gratuit de livraison de produits volumineux à J+1.

Le résultat opérationnel s'est inscrit en hausse de 10,1 %, à 74 millions de £. La marge brute a accusé un léger repli en glissement annuel. La hausse des ventes de produits saisonniers à plus faibles marges et les réductions ciblées destinées à augmenter la fréquentation dans les magasins durant la période clef du printemps ont en effet neutralisé l'impact positif de l'augmentation des approvisionnements directs. La réduction des charges d'exploitation est également restée un objectif prioritaire.

Peu après la fin du T1, Kingfisher a racheté auprès de l'administrateur de Focus DIY, 31 biens en location pour un montant de 23 millions de £. Sous réserve d'autorisation réglementaire et après consultations des propriétaires bailleurs, ces magasins rouvriront au format B&Q ultérieurement.

Le chiffre d'affaires total de **Screwfix** a progressé de 5,4 %, à 124 millions de £, grâce aux nouvelles gammes de produits et à l'ouverture de comptoirs professionnels

supplémentaires réservés exclusivement aux plombiers et électriciens et implantés dans les points de vente Screwfix actuels. Quatre nouveaux magasins ont été ouverts au cours du T1, soit un total de 166 points de vente. Le résultat opérationnel s'est inscrit à 9 millions de £, en hausse de 4 millions de £ d'une année sur l'autre, sous l'effet de la croissance soutenue des ventes, d'une optimisation de la distribution et d'un strict contrôle des coûts.

REVUE OPERATIONNELLE T1 2011/12 – INTERNATIONAL

Chiffre d'affaires en m£	2011/12	2010/11	Variation (déclarée) en %	Variation (à taux de change constant) en %	Variation (à surface comparable) en %
International	434	411	5,5 %	8,4 %	3,7 %

Résultat opérationnel en m£	2011/12	2010/11	Variation (déclarée) en %	Variation (à taux de change constant) en %
International	14	14	1,3 %	7,3 %

Cette division 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.

2011/12 : 1 £ = 1,16 euro (2010/11 : 1,13 euro)

2011/12 : 1 £ = 4,60 zlotys polonais (2010/11 : 4,44 zlotys polonais)

2011/12 : 1 £ = 10,60 renminbis chinois (2010/11 : 10,47 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** a progressé de 8,4 %, à 434 millions de £ (+3,7 % à surface comparable). Le résultat d'exploitation s'est inscrit en hausse de 7,3 %, à 14 millions de £, soutenu par la solide croissance bénéficiaire en Pologne et en Espagne et la réduction des pertes en Chine. Au cours du T1, un magasin au format réduit « city store » a été ouvert à Moscou.

Europe de l'Est

En **Pologne**, le chiffre d'affaires a augmenté de 7,7 %, à 250 millions de £ (+4,5 % à surface comparable), à la faveur d'une stabilisation du marché après un premier semestre très délicat l'an dernier. Le résultat opérationnel s'est inscrit en hausse de 4,5 %, à 24 millions de £, soutenu par la hausse des approvisionnements directs et la poursuite d'un strict contrôle des coûts. En **Russie**, le chiffre d'affaires a progressé de 26,1 %, à 53 millions de £. En **Turquie**, le résultat opérationnel de Koçtaş, la joint-venture dont Kingfisher détient 50 %, est resté stable, sous l'effet de la solide croissance des ventes (+9,3 % à surface comparable) et d'un strict contrôle des coûts, contrebalancés par une augmentation des frais de lancement par rapport à l'an dernier.

Ailleurs, le chiffre d'affaires et le résultat de l'enseigne Brico Dépôt en **Espagne** ont continué de croître malgré un environnement difficile. Les ventes ont atteint 63 millions de £ au cours du trimestre. **Hornbach**, dont Kingfisher détient 21 %, a accusé une perte de 2 millions de £ (2010/11 : résultat à l'équilibre).

Le chiffre d'affaires de **B&Q Chine** a reculé de 8,5 %, à 68 millions de £ (-6,6 % à surface comparable), sous l'effet d'un parc amputé de trois magasins par rapport au T1 de l'année dernière et d'une base de comparaison défavorable (2010/11 : +13,6 % à surface comparable).

Les premières mesures du plan de redressement progressent conformément aux anticipations. Les pertes ont été ramenées comme prévu à 7 millions de £ par rapport au T1 de l'année dernière (2010/11 : pertes de 11 millions de £), cette période étant

traditionnellement la moins dynamique de l'année en Chine compte tenu de l'impact du Nouvel An chinois.

STATISTIQUES PAR PAYS

Au 30 avril 2011

	Nombre de magasins	Espace de vente (en milliers de m²)	Effectifs (ETP)
Castorama	102	1 038	11 768
Brico Dépôt	101	558	6 775
Total France	203	1 596	18 543
B&Q Royaume-Uni & Irlande	330	2 480	23 942
Screwfix	166	14	3 014
Total Royaume-Uni & Irlande	496	2 494	26 956
Pologne	59	441	9 597
Chine	40	331	5 539
Espagne	17	100	916
Russie	15	132	2 379
Joint-venture en Turquie	30	160	3 028
Total à l'International	161	1 164	21 459
Total	860	5 254	66 958

Énoncés 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.