

Jeudi 15 septembre 2011

Pour le premier semestre, Kingfisher publie un chiffre d'affaires en hausse de 3,8 %, avec un résultat avant impôt ajusté en progression de 24 % à 439 millions £

<u>Principaux chiffres consolidés</u> Période de 26 semaines close le 30 juillet 2011	2011/12	2010/11	Variation totale en % (publiée)	Variation totale en % (à taux de change constants)	Variation totale à surface comparable (en %)
Chiffre d'affaires	5 662 m£	5 454 m£	+3,8 %	+3,0 %	+1,6 %
Résultat opérationnel	473 m£	402 m£	+17,6 %	+16,5 %	
Résultat avant impôt ajusté	439 m£	354 m£	+24,0 %		
Bénéfice non dilué par action ajusté	13,5p	10,6 p	+27,4 %		
Acompte sur dividendes	2,47p	1,925 p	+28,3 %		
(Dette financière nette) / trésorerie nette	(186) m£	19 m£	n/a		

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. Les chiffres ajustés s'entendent avant éléments exceptionnels, financement de l'ajustement à la juste valeur, 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) :

- Les initiatives internes ont fortement soutenu la croissance dans chacune des trois principales divisions opérationnelles dans un contexte défavorable sur les marchés de la consommation :
 - En France, le résultat opérationnel s'est inscrit en hausse de 23,9 % à 201 millions £ grâce à une croissance très vigoureuse du chiffre d'affaires (+4,5 % à surface comparable) et à la poursuite des mesures d'optimisation des marges.
 - Au Royaume-Uni et en Irlande, le résultat opérationnel affiche une progression de 6,1 % à 182 millions £, grâce aux initiatives visant à optimiser l'approvisionnement et les coûts. B&Q affiche un résultat en hausse de 4,5 % malgré l'impact négatif ponctuel de la liquidation de stock de Focus DIY en anticipation de sa fermeture. Les résultats de Screwfix se sont améliorés de 25,3 %, et son expansion sera accélérée au second semestre.
 - A l'international, le résultat opérationnel progresse de 24,7 % à 90 millions £, soutenu par une croissance bénéficiaire soutenue en Pologne, en Espagne, en Turquie et en Allemagne, et par une réduction des pertes en Russie et en Chine.
- Utilisation proactive de la solidité et de la flexibilité du bilan :
 - Investissement de 175 millions £ dans le développement de nos capacités et l'accroissement de notre présence
 - Acquisition de 29 anciens magasins Focus DIY pour conversion au format B&Q (24 millions £)
 - Rachat de deux magasins B&Q loués jusqu'à présent et d'un nouveau centre de distribution (64 millions £, 5 millions £ d'économie sur le loyer annuel)

- Rachat de 42 millions d'actions Kingfisher par un Employee Share Trust selon les montants prévus par les plans d'intéressement en actions existants, de manière à éviter une dilution des participations des actionnaires lorsque ces plans parviennent à échéance (117 millions £).
- Acompte sur dividendes en hausse de 28,3 %, calculé automatiquement comme un pourcentage fixe du dividende total de l'année précédente, suivant la politique du Groupe.

Chiffres statutaires	2011/12	2010/11	Variation publiée
Résultat avant impôt	438 m£	£351 m£	+24,8 %
Résultat de la période	320 m£	248 m£	+29,0 %
Bénéfice non dilué par action	13,7 p	10,6 p	+29,2 %

Note : un rapprochement avec les chiffres statutaires figure dans la Revue financière.

Commentaire d'Ian Cheshire, directeur général du Groupe :

« Nous avons enregistré une progression très vigoureuse de nos résultats sur une période qui s'avère très difficile pour l'ensemble des distributeurs. Les deux tiers environ de nos résultats sont générés hors du Royaume-Uni. De fait, ces chiffres montrent clairement l'intérêt de notre diversification géographique et l'avantage que nous tirons d'une gestion plus unifiée de nos activités internationales, chacune d'entre elles occupant la place de leader sur son marché. Nous avons amélioré notre performance à tous les niveaux du Groupe, avec notamment une progression très satisfaisante du chiffre d'affaires et des résultats en France. Les efforts concertés que nous avons mis en œuvre ces dernières années pour renforcer notre bilan portent leurs fruits sous la forme de dividendes, d'une diminution de nos coûts de financement et nous donnent une flexibilité suffisante pour saisir les opportunités lorsqu'elles se présentent, avec notamment le rachat de 29 nouveaux sites remarquables pour B&Q aux administrateurs de Focus DIY. Nous avons encore fait progresser notre programme « Créer de la valeur » et nous avons bien avancé dans la transition vers la prochaine étape de notre plan de croissance basé sur les initiatives internes baptisé « Donner naissance au leader ».

« En ce qui concerne les perspectives du Groupe, les incertitudes économiques en Europe devraient peser sur la confiance des ménages, et la conjoncture devrait rester défavorable pour le secteur de la distribution. Toutefois, nos plans intégraient déjà une progression limitée sur nos marchés, et je prévois avec confiance que nous continuerons à surperformer, grâce à notre programme bien établi d'initiatives internes, à notre dimension internationale, et à la solidité de notre bilan. »

Pour tout renseignement complémentaire :

Ian Harding, Directeur de la Communication Groupe	020 7644 1029
Sarah Gerrand, Responsable Communication Actionnaires et Investisseur	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. Une interview vidéo d'Ian Cheshire et de Kevin O'Byrne est également disponible sur notre site Internet.

Vous pouvez également nous suivre à cette date sur twitter (@kingfisherplc) et une nouvelle Application iPad Kingfisher pour les Relations investisseurs est désormais disponible sur l'App store d'Apple.

Profil de la société :

Kingfisher plc est le premier distributeur européen de produits d'amélioration de l'habitat et le troisième mondial avec 875 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.

Le reste de ce communiqué de presse comporte cinq sections principales :

- Revue opérationnelle par division
- Avancement du plan « Créer de la valeur »
- Avancement en matière de développement durable
- Données par pays
- Revue financière et, dans la seconde partie de l'annonce, une synthèse des États financiers semestriels

Revue opérationnelle par division

FRANCE

CA en M£	2011/12	2010/11	Variation publiée	Variation (à tx. de change constants)	Variation à surface comparable
France	2 341	2 185	7,1 %	5,5 %	4,5 %

Résultat opérationnel en M£	2011/12	2010/11	Variation publiée	Variation (à tx. de change constants)
France	201	160	25,8 %	23,9 %

Les chiffres de la France comprennent Castorama et Brico Dépôt

2011/12 : 1 £ = 1,14 euro (2010/11 : 1,16 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 initiatives internes permettant au Groupe d'enregistrer une amélioration du chiffre d'affaires de 5,5 % à 2,3 milliards £ (+4,5 % à surface comparable). D'après les statistiques

provisoires de la Banque de France, les ventes sur le marché de l'amélioration de l'habitat ⁽¹⁾ se sont inscrites en hausse de 2,8 %. Au sein des deux activités, un nouveau magasin a été ouvert, deux ont été relocalisés et un a été rénové, ce qui s'est traduit par environ 1 % d'espace commercial supplémentaire.

Le résultat opérationnel a crû de 23,9 % soutenu par la forte croissance du CA et par l'augmentation de la marge brute (+130 points de base) liée à l'accroissement des volumes d'approvisionnements directs et par les nouveaux gains liés à l'optimisation des achats.

Le chiffre d'affaires total de **Castorama** a progressé de 4,2 % à 1,3 milliard £ (+4,0 % à surface comparable), soutenu par les nouveaux progrès accomplis grâce au programme de modernisation des magasins (66 % de l'espace de vente total est désormais achevé), au lancement de nouvelles gammes et à la nouvelle campagne de marketing 'Do-it-Smart' visant à faciliter les projets d'aménagement de l'habitat de nos clients.

Le chiffre d'affaires des catégories saisonnières a crû d'environ 2 %, soutenu par les nouvelles gammes de meubles de jardin et de barbecues, et d'éclairage d'extérieur. Le chiffre d'affaires des catégories non saisonnières s'est inscrit en hausse de plus de 4 %, avec un dynamisme tout particulier de la part des nouvelles gammes de produits de décoration, de salles de bain et revêtements de sol, soutenus par les nouveaux catalogues.

Brico Dépôt, qui cible plus particulièrement le marché professionnel, a enregistré un chiffre d'affaires total en progression de 7,1 % à 1,1 milliard £ (+5,0 % 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 semestre**, 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 (**+15 % à surface comparable**).

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

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

ROYAUME-UNI & IRLANDE

CA en M£	2011/12	2010/11	Variation déclarée (en %)	Variation (à taux de change constant) en %	Variation à surface comparable en %
Royaume-Uni & Irlande	2 306	2 328	(1,0) %	(1,0) %	(1,5) %

Résultat opérationnel en M£	2011/12	2010/11	Variation déclarée (en %)	Variation (à taux de change constant) en %
Royaume-Uni & Irlande	182	171	6,1 %	6,1 %

*Le Royaume-Uni et l'Irlande comprennent B&Q au Royaume-Uni et en Irlande, ainsi que Screwfix.
2011/12 : 1 £ = 1,14 euro (2010/11 : 1,16 euro)*

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

Kingfisher Royaume-Uni & Irlande

Le chiffre d'affaires total s'est inscrit en baisse de 1,0 % à 2,3 milliards £ (-1,5 % à surface comparable) dans un contexte de déclin du marché de l'aménagement de l'habitat ⁽¹⁾, dont les effets se sont trouvés amplifiés par la liquidation des stocks de Focus DIY (quatrième acteur britannique du bricolage avec 177 magasins) en prévision de sa fermeture. Le résultat opérationnel a progressé de 6,1 % grâce à la poursuite des initiatives d'optimisation de la marge brute et des coûts.

Le chiffre d'affaires total de **B&Q Royaume-Uni et Irlande** s'est inscrit en diminution de 2,0 % (-2,0 % à surface comparable) à 2,1 milliards £. Les ventes saisonnières d'articles de plein air se sont inscrites en baisse d'environ 4 %, sous l'effet de conditions météorologiques estivales moins favorables et de la liquidation des stocks de Focus DIY. Les ventes de produits non saisonniers se sont inscrites en retrait d'environ 1 % ce qui traduit l'effet de la baisse généralisée de la consommation.

La nouvelle offre « TradePoint » de comptoirs réservés aux professionnels dans les magasins continue à se développer et à attirer de nouveaux clients. Environ 650 000 clients sont désormais inscrits aux comptoirs « TradePoint », le triple du nombre de clients affiliés auparavant à l'ancienne carte Trade Discount de B&Q pour les professionnels. Cette base de données en augmentation permet pour la première fois à B&Q d'identifier et de cibler directement ce segment important de sa clientèle.

Le résultat opérationnel a progressé de 4,5 % à 165 millions £. La marge brute a crû de 20 points de base malgré une base de comparaison défavorable (2010/11 : +140 points de base), grâce aux ventes de produits à plus forte valeur ajoutée et au recours accru à l'approvisionnement direct. Le Groupe a également continué d'accorder une attention particulière à la réduction des coûts opérationnels. De fait, les coûts (frais administratifs et commerciaux⁽²⁾) en pourcentage du chiffre d'affaires sont restés globalement égaux tout au long du premier semestre.

Au cours du premier semestre, Kingfisher a racheté auprès de l'administrateur de Focus DIY, 31 biens en location pour un montant de 24 millions £ et, après avoir obtenu l'autorisation réglementaire et après consultations des propriétaires bailleurs, 29 de ces magasins doivent rouvrir au format B&Q. 230 emplois supplémentaires seront créés dans ces magasins, en plus des quelque 600 emplois préservés dans ces communautés. Au cours du second semestre, 28 de ces magasins seront convertis au format B&Q pour un investissement d'environ 20 millions £, en plus d'une charge exceptionnelle de 11 millions £ liée à l'intégration de ces magasins avant leur ouverture. L'impact global sur le résultat opérationnel de la fermeture des magasins Focus DIY sur l'année pleine devrait être neutre avant charges exceptionnelles (les perturbations liées au déstockage au premier semestre ont été compensées par l'accroissement de l'activité observé au second semestre).

(Note : sur les 177 magasins Focus DIY en activité avant le placement de la chaîne sous administration judiciaire, 29 ont été acquis par Kingfisher, 13 par d'autres entreprises d'aménagement de l'habitat, et 135 ont cessé toute activité).

Le chiffre d'affaires total de **Screwfix** a progressé de 7,7 % à 251 millions £ malgré un marché professionnel difficile ⁽³⁾. Plusieurs initiatives ont permis au Groupe de gagner des parts de marché, à savoir le lancement de nouvelles gammes (ex. : vêtements de protection et vêtements professionnels), l'ouverture de nouveaux comptoirs professionnels réservés aux plombiers et aux électriciens implantés dans les points de vente Screwfix actuels et la poursuite de l'ouverture de nouveaux points de vente. De fait, le nombre net de nouveaux points de vente ouverts au premier semestre s'élève à treize, portant le total à 175, ce qui représente désormais les deux tiers environ du chiffre d'affaires total.

Le résultat opérationnel est ressorti en progression de 25,3 % à 17 millions £, sous l'effet de l'accélération de la croissance du chiffre d'affaires, la marge brute étant soutenue par l'augmentation des approvisionnements directs, l'optimisation de la distribution et le maintien d'une maîtrise des coûts rigoureuse.

Au cours du premier semestre, Screwfix a développé un plus petit format de points de vente (400 m² au lieu des 700 m² ordinaires) pour s'ouvrir un accès à des zones de chalandise urbaines plus petites ou plus densément peuplées. Après avoir testé avec succès plusieurs de ces points de vente plus petits au premier semestre, Screwfix compte désormais accélérer ses projets d'expansion au Royaume-Uni. De fait, sur les 40 points de vente Screwfix qui doivent être ouverts au second semestre, 30 le seront à ce format plus petit. Cette expansion accélérée représente un investissement supplémentaire de 5 millions £, à quoi s'ajouteront 3 millions £ de coûts supplémentaires de pré-ouverture au second semestre. Au total, 1 000 nouveaux emplois seront créés au Royaume-Uni sur l'année pleine.

⁽¹⁾ Les données de cette étude GfK portent uniquement sur la période de cinq mois close le 31 mai. Elles intègrent les nouveaux espaces ajoutés mais pas les distributeurs non cotés (ex. : IKEA et acteurs indépendants plus petits).

⁽²⁾ Frais commerciaux, généraux et administratifs

⁽³⁾ Sur la base des statistiques avril-juin 2011 de la Builders' Merchants Federation

INTERNATIONAL

CA en M£	2011/12	2010/11	Variation déclarée (en %)	Variation (à taux de change constant) en %	Variation à surface comparable en %
International	1 015	941	7,9 %	6,9 %	2,5 %

Résultat opérationnel en M£	2011/12	2010/11	Variation déclarée (en %)	Variation (à taux de change constant) en %
International	90	71	27,1 %	24,7 %

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 £ = 1,14 euro (2010/11 : 1,16 euro)

2011/12 : 1 £ = 4,54 zloty polonais (2010/11 : 1 £ = 4,64 zloty polonais)

2011/12 : 1 £ = 10,56 renminbi chinois (2010/11 : 1 £ = 10,31 renminbi chinois)

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

Le chiffre d'affaires total à l'**International** a augmenté de 6,9 % à 1,0 milliard £ (+2,5 % à surface comparable). Le résultat opérationnel s'est accru de 24,7 % à 90 millions £, soutenu par la croissance bénéficiaire enregistrée en Pologne, en Espagne, en Turquie et en Allemagne et par la réduction des pertes en Russie et en Chine.

Au cours du premier semestre, le nombre net de nouveaux magasins ouverts s'est élevé à cinq, avec deux ouvertures en Pologne, deux en Russie, deux en Turquie et une rationalisation en Chine, ce qui représente environ 3 % d'espace supplémentaire. 10 autres nouveaux magasins sont prévus pour le second semestre, dont quatre en Pologne, deux en Russie et quatre en Turquie, soit environ 10 % d'espace supplémentaire pour l'année pleine.

En **Europe de l'Est**, le chiffre d'affaires s'est inscrit en augmentation de 6,3 % en **Pologne** (+2,4 % à surface comparable) à 570 millions £. Les nouveaux catalogues salle de bain et jardinage et l'élargissement des gammes de décoration ont dopé le chiffre d'affaires et les résultats. De fait, le résultat opérationnel a crû de 5,6 % à 70 millions £, sous l'effet d'une croissance vigoureuse du chiffre d'affaires, la marge brute s'inscrivant en progression de +30 points de base grâce à l'augmentation des approvisionnements directs et au maintien d'une politique de maîtrise des coûts rigoureuse. En **Russie**, le chiffre d'affaires a connu une envolée de 28,4 % à 142 millions £, grâce à l'ouverture de nouveaux magasins. En **Turquie**, le résultat opérationnel de Koçtaş, joint-venture dans laquelle Kingfisher détient une participation de 50 %, a connu une forte amélioration grâce à la forte progression du chiffre d'affaires (+7,6 % à surface comparable), le recours accru aux approvisionnements directs et une maîtrise rigoureuse des coûts soutenant la marge brute.

Ailleurs, l'activité Brico Dépôt a enregistré un nouvel accroissement du chiffre d'affaires et des résultats en **Espagne**, malgré un marché difficile, le chiffre d'affaires s'inscrivant en hausse de 11,4 % au premier semestre. **Hornbach**, dans lequel Kingfisher détient une

participation de 21 %, a accru sa contribution au résultat opérationnel de 17,1 % à 13 millions £ (2010/11 : 11 millions £).

Le chiffre d'affaires de **B&Q Chine** a reculé de 7,7 % à 168 millions £ (-5,9 % à surface comparable), ce qui est lié au retrait d'un magasin par rapport à l'année dernière à la même période et à la conjoncture défavorable sur le marché immobilier (en recul de 14 %*). Les premières mesures du plan de redressement progressent conformément aux attentes, les pertes étant ramenées comme prévu à 5 millions £, soit une réduction de plus de moitié par rapport à l'année dernière à la même période (2010/11 : perte de 11 millions £).

** Nouvelles transactions de vente immobilière pour les 13 plus grandes villes chinoises entre août 2010 et juillet 2011 d'après le China Real Estate Exchange Center*

Etat d'avancement du programme « Créer de la valeur »

Réalisations (février 2011 à juillet 2011) et objectifs pour le restant de l'année

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

Les initiatives internes visant à reconstituer la marge de distribution de B&Q ont une fois encore donné de bons résultats. B&Q est en passe de porter durablement sa marge d'exploitation à 7 %.

Réalisations au premier semestre 2011/12

- Magasins
 - Rénovation de 4 magasins grand format
 - 1 rénovation limitée aux espaces d'exposition (à savoir rayons cuisine, salle de bain et chambre à coucher)
 - Acquisition et obtention de l'approbation réglementaire pour 29 magasins auprès des administrateurs de Focus DIY
- Produits et services
 - Déploiement à l'échelle nationale de la nouvelle gamme de rangement
 - Mise en place de centres de bricolage « You can do it » (offrant des sessions de formation à des tâches de bricolage) dans 15 magasins grand format, assurant des sessions de formation auprès de 10 000 clients
 - Création d'environ 16 nouveaux vidéo-tutoriels disponibles en magasin, sur diy.com et sur Youtube.com, portant le total à 50
 - Introduction d'un nouveau service de location de camionnettes au niveau national (en partenariat avec Hertz) permettant aux clients de retirer eux-mêmes plus facilement les articles volumineux
- Marges et coûts
 - Les approvisionnements directs ont continué d'améliorer la marge brute
 - Le rapport des coûts en pourcentage du chiffre d'affaires est resté stable grâce à une maîtrise rigoureuse des coûts

Objectifs pour le second semestre 2011/12

- Magasins
 - Rénovation de 2 magasins grand format et relocalisation d'un magasin de format intermédiaire ⁽¹⁾
 - 2 rénovations limitées aux espaces d'exposition (à savoir rayons cuisine, salle de bain et chambre à coucher) ⁽¹⁾
 - Réouverture de 28 magasins acquis auprès de l'administrateur de Focus DIY et mise au format B&Q
- Produits et services
 - Ouverture de centres de bricolage « You can do it » (offrant des sessions de formation à des tâches de bricolage) dans 19 autres magasins grand format
 - Création de 40 nouveaux vidéo-tutoriels disponibles en magasin et sur diy.com et Youtube.com
- Marges et coûts

- Ouverture d'un nouveau centre de distribution à Swindon (dans le cadre du projet d'optimisation de la chaîne d'approvisionnement annoncé auparavant)

⁽¹⁾ Les objectifs de rénovation de magasins annoncés en mars 2011 ont été révisés, la priorité pour le second semestre ayant été donnée à la rénovation des anciens magasins Focus DIY

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

L'objectif de porter les ventes aux professionnels à 1 milliard £ en 2011/12 est en passe d'être atteint.

Réalisations au premier semestre 2011/12

- Nouveaux services offerts aux professionnels :
 - Développement d'une offre de règlement et de retrait en 15 minutes (« click, pay and collect in 15 minutes ») pour l'ensemble des comptoirs professionnels Screwfix, qui enregistre déjà plus de 10 000 commandes par semaine
 - Livraison des produits volumineux visant à élargir encore les offres « TradePoint » et Screwfix
 - Amélioration des formules crédit et assurance proposées par des tiers pouvant être utilisées dans l'ensemble des formats Kingfisher au Royaume-Uni
- Ouverture de 13 nouveaux points de vente nets Screwfix
- Développement d'un plus petit format de points de vente Screwfix, donnant accès à des zones de chalandise urbaines plus petites ou plus densément peuplées
- Plus de 650 000 clients désormais inscrits aux comptoirs « TradePoint »

Objectifs pour le second semestre 2011/12

- Mise en place de nouveaux services destinés aux professionnels, notamment un centre d'appel « TradePoint » et une application transactionnelle destinée à Screwfix pour smart phone pour faciliter les achats en ligne
- Accélération de l'ouverture de nouveaux points de vente Screwfix. Sur les 40 points de vente qui doivent être ouverts au second semestre, 30 le seront au format plus petit
- Lancement de sites web spécialisés pour « Plumbfix » et « Electricfix »

3. Développer l'ensemble de nos activités en France

La croissance vigoureuse du chiffre d'affaires, l'optimisation des achats et l'intensification des approvisionnements directs se sont traduits par une amélioration des résultats (en hausse de 24 % à taux de change constants).

Réalisations au premier semestre 2011/12

- Ouverture de 1 nouveau magasin, réalisation de 2 relocalisations et d'une rénovation

- Poursuite du vaste programme de lancement de nouveaux produits sur les deux activités
- Nouveau lancement du catalogue de poche 'Le Book' de Brico Dépôt
- Extension du programme d'optimisation des achats pour inclure Brico Dépôt Espagne
- Mise en place réussie de plans d'intéressement communs à l'ensemble des employés des magasins des deux enseignes incorporant de nouveaux critères de mesure de la performance opérationnelle
- Le développement des approvisionnements directs est une fois encore en avance sur les objectifs

Objectifs pour le second semestre 2011/12

- Ouverture d'un nouveau magasin, réalisation de 2 relocalisations et d'une rénovation, ce qui représente environ 2 % d'espace net supplémentaire sur l'année pleine
- Poursuite du programme redynamisé de lancement de nouveaux produits sur les deux activités
- Poursuite de l'extension du programme d'optimisation des achats

4. Poursuite de la croissance en Europe de l'Est

6 % d'espace supplémentaire depuis la clôture de l'exercice 2010. Croissance à deux chiffres des résultats et du chiffre d'affaires.

Réalizations au premier semestre 2011/12

- Ouverture de 6 nouveaux magasins, 2 en Pologne, 2 en Russie et 2 en Turquie
- Volumes d'approvisionnements directs en Pologne et en Turquie dépassent l'objectif pour l'année pleine (qui tablaient sur une augmentation de plus de 50 %), ce qui a soutenu la marge brute
- Ouverture du format 'city store' à Moscou (proposant 90 % de la gamme de produits actuelle dans 65 % de l'espace commercial)

Objectifs pour le second semestre 2011/12

- Ouverture de 10 nouveaux magasins supplémentaires, 4 en Pologne, 2 en Russie et 4 en Turquie, soit une augmentation d'environ 17 % de l'espace pour l'année pleine
- Les volumes d'approvisionnements directs en Pologne et en Turquie devraient maintenir une croissance supérieure à l'objectif

5. Redressement de B&Q Chine

Le programme de repositionnement est sur les rails.

Réalisations du premier semestre 2011/12

- Réduction des pertes de plus de moitié par rapport au premier semestre de l'année dernière
- Poursuite de l'essai pilote portant sur le nouveau format et introduction de nouvelles gammes
- Les marques propres du Groupe fournies par le canal de l'approvisionnement direct Groupe sont en hausse de plus de 50 % par rapport à l'année dernière, mais ce processus est encore à un stade précoce

Objectifs pour le second semestre 2011/12

- Poursuivre l'essai pilote portant sur le nouveau format
- Poursuite du processus de remaniement des gammes intégrant des marques propres fournies par le canal de l'approvisionnement direct Groupe
- Le Groupe se fixe pour objectif global d'atteindre le seuil de rentabilité, sous réserve que le marché chinois de l'amélioration de l'habitat reste stable

6. Développer le sourcing Groupe

Le volume d'approvisionnement direct par l'intermédiaire du réseau Kingfisher Sourcing Organisation (KSO) continue de croître.

Réalisations du premier semestre 2011/12

- Début de lancement des gammes communes au niveau Groupe sous les « supermarques » Blooma, Blyss et Verve
- Les approvisionnements directs sont en ligne avec l'objectif pour l'année pleine

Objectifs pour le second semestre 2011/12

- Finalisation du processus de mise en commun des processus de planification et de revue de la gamme entre B&Q Royaume-Uni et Castorama France
- Finalisation des projets de développement sur trois ans des volumes d'approvisionnements directs et de l'innovation
- Poursuite du lancement de gammes communes à l'échelle du Groupe
- Augmentation des volumes d'approvisionnements directs de 15 % sur l'année pleine à environ 1,5 milliard USD

7. Réduire le fonds de roulement

Depuis 2007/08 le fonds de roulement net a été réduit de plus de 400 millions £ hors impact négatif d'environ 260 millions £ de la LME en France ⁽²⁾.

Réalisations du premier semestre 2011/12

- Le fonds de roulement s'est accru conformément aux objectifs définis au premier semestre, ce qui est lié à l'impact des nouveaux magasins et de la LME en France

- ⁽²⁾. Le niveau des stocks est supérieur de 3 jours aux prévisions initiales ce qui est lié principalement à la morosité des ventes de produits saisonniers
- En passe d'accroître encore de 5 jours (à 90 jours) les délais moyens de paiement sur les approvisionnements directs

Objectifs pour le second semestre 2011/12

- Eliminer les 3 jours de stocks supplémentaires
- A surface constante, maintenir le fonds de roulement inchangé, hors impact de la LME en France ⁽²⁾ et des investissements requis pour les nouveaux magasins

⁽²⁾ LME = loi de modernisation de l'économie : raccourcissement des délais de paiement imposé par la législation française, dont l'entrée en vigueur est étalée entre 2009 et 2012

« Donner naissance au leader »

Nous avons également accompli des progrès en vue de la prochaine étape de notre développement baptisée « Donner naissance au leader ». Cette phase définit une série d'initiatives internes visant à augmenter le chiffre d'affaires, les marges et la productivité à tous les niveaux du Groupe. Ces initiatives s'articulent autour de trois grands axes – faciliter l'aménagement de l'habitat pour la clientèle (« Simplicité »), développer un cœur de gamme commun de dimension mondiale (« Convergence ») et accélérer notre expansion (« Développement »).

Parmi les principaux progrès accomplis au premier semestre il convient de mentionner la mise en place en France d'une nouvelle équipe de 50 collaborateurs chargés de l'innovation et de la conception au sein du Groupe, et la création d'une nouvelle organisation commerciale pour le Groupe (baptisée en interne le « Kingfisher Brands Network ») qui doit piloter le développement et la mise en place dans les magasins d'une gamme commune d'excellence à l'échelle du Groupe tout entier.

Développement durable

Le développement durable est appelé à devenir une composante essentielle de notre stratégie « Donner naissance au leader ». Nous aidons déjà nos clients à faire le choix de produits et services durables dans l'aménagement de leur habitat et ce à un coût réduit, tout en nous attachant à intégrer le développement durable dans notre propre activité et en réduisant notre impact sur l'environnement et la société. Non seulement les entreprises soucieuses du développement durable œuvrent pour l'environnement, mais elles s'assurent de pérenniser leur bonne performance, ce qui leur confère un fort attrait pour leurs collaborateurs aussi bien que pour leurs actionnaires.

Forts d'une tradition forte en matière de développement durable, nous avons identifié quatre grands domaines d'action prioritaires sur lesquels nous estimons pouvoir exercer le plus efficacement une influence :

- Innovation : l'enseigne où acheter des produits durables
- Energie : l'enseigne offrant les solutions les plus faiblement consommatrices d'énergie pour nos clients et pour nous-mêmes
- Communautés : avoir un impact positif pour l'ensemble des communautés dans lesquelles nous opérons

- Bois : ne vendre que du bois provenant de forêts dont la bonne gestion est avérée ou provenant de sources recyclées

D'importants progrès ont été accomplis vers la réalisation de ces objectifs. Toutefois, il convient de signaler tout particulièrement l'avancée de B&Q au Royaume-Uni par rapport à son objectif de se procurer uniquement du bois provenant de sources bien gérées. B&Q Royaume-Uni a récemment atteint plus tôt que prévu son objectif de 100 %, et l'enseigne est à présent le premier grand distributeur à avoir atteint ce niveau au Royaume-Uni.

Saluant les progrès accomplis par Kingfisher dans le cadre de sa politique de développement durable, le Groupe a récemment remporté la prestigieuse récompense « Platinum Plus » du mouvement « Business in the Community (BITC) » pour son rôle pilote dans le développement durable. Le Groupe a également été désigné comme finaliste dans la catégorie « Distributeur responsable de l'année » du prix Oracle World Retail Awards 2011.

Données par pays

Au 30 juillet 2011

	Nombre de magasins	Espace de vente (milliers de m ²)	Employés (ETP)
Castorama	102	1 042	12 287
Brico Dépôt	102	565	6 865
Total France	204	1 607	19 152
B&Q Royaume-Uni & Irlande ⁽¹⁾	330	2 480	23 503
Screwfix	175	14	3 087
Total Royaume-Uni & Irlande	505	2 494	26 590
Pologne	61	455	9 919
Chine	40	333	5 307
Espagne	17	100	981
Russie	16	142	2 635
Joint-venture Turquie	32	169	3 250
Total International	166	1 199	22 092
Total	875	5 300	67 834

⁽¹⁾ Hors les 29 anciens magasins Focus DIY acquis récemment

Revue financière

Le tableau ci-après présente une synthèse des résultats financiers publiés pour le semestre clos le 30 juillet 2011 :

	2011/12 en M£	2010/11 en M£	Augmentation
Chiffre d'affaires	5 662	5 454	3,8 %
Résultat avant impôt ajusté	439	354	24,0 %
Résultat avant impôt après résultat exceptionnel	438	351	24,8 %
Bénéfice net par action ajusté	13,5p	10,6p	27,4 %
Dividendes	2,47p	1,925p	28,3 %

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

	2011/12 en M£	2010/11 en M£	Augmentati on
Résultat avant impôt	438	351	24,8 %
Résultat exceptionnel (net)	-	7	
Résultat avant éléments exceptionnels et impôt	438	358	22,3 %
Ajustement de la conversion des soldes de prêts entre sociétés du Groupe	1	(4)	
Résultat avant impôt ajusté	439	354	24,0 %
Charge fiscale sur le résultat avant éléments exceptionnels	(118)	(107)	
Impact fiscal des éléments de l'exercice précédent	(6)	(2)	
Charge fiscale liée à l'ajustement de la conversion des soldes de prêts entre sociétés du Groupe	-	1	
Résultat après impôts retraité	315	246	28,0 %
Intérêts minoritaires	1	2	
Résultat après impôts retraité imputable aux actionnaires	316	248	27,4 %

Le tableau ci-après présente les résultats après impôt et le bénéfice net par action (BNPA) après prise en compte de l'ensemble des éléments exceptionnels pour le semestre clos le 30 juillet 2011 :

	2011/12	2010/11	Augmentation
Résultat après impôt	320 M£	248 M£	29,0 %
Bénéfice non dilué par action	13,7 p	10,6 p	29,2 %

Vue d'ensemble

Le **chiffre d'affaires total** a progressé de 3 % à taux de change constant et de 3,8 %, à 5,7 milliards de £, en valeur déclarée. A surface comparable, le chiffre d'affaires du Groupe s'est inscrit en hausse de 1,6 % (2010/11 : -1,3 %). Au cours de la période, le groupe a procédé à 17 ouvertures nettes, ce qui porte le réseau à 843 magasins (sans compter 32 magasins en joint-venture en Turquie). Au premier semestre, nous avons reçu

l'autorisation de rachat par B&Q UK de 29 magasins Focus DIY, dont 28 devraient ouvrir au second semestre.

Le **résultat opérationnel** hors éléments exceptionnels affiche une augmentation de 17,6 %, à 473 millions de £ (2010/11 : 402 millions de £), et de 19,7 %, à 473 millions de £ (2010/11 : 395 millions de £), éléments exceptionnels inclus.

Les **intérêts** nets s'élevaient à 5 millions de £ pour les six premiers mois de l'exercice, soit un repli de 11 millions de £ par rapport à la période précédente. Leur répartition est représentée dans le tableau plus bas.

Le **résultat avant impôts** a augmenté de 24,8 %, à 438 millions de £, grâce à l'amélioration des conditions commerciales au cours de la période et à la réduction des frais financiers nets. Sur une base plus comparable, c'est-à-dire hors impact des éléments exceptionnels et des ajustements à la juste valeur, le **résultat avant impôts retraité** s'est inscrit en hausse de 24 %, à 439 millions de £.

Le **résultat après impôts** de la période a progressé de 29 %, à 320 millions de £. Il s'ensuit que le Groupe a pu enregistrer un **résultat de base par action retraité** de 13,7 p, soit une augmentation de 3,1 p (+29,2 %) sur la période.

Intérêts

Les intérêts nets ont reculé de 11 millions de £ au cours de la période. Ils se répartissent comme suit :

	2011/12 en m£	2010/11 en m£
Avec incidence sur la trésorerie		
Intérêts sur dette nette	(6)	(16)
Sans incidence sur la trésorerie		
Intérêts (Charge)/Produit sur le régime de retraite à prestations définies	1	(4)
Autres	1	-
Intérêts nets sous-jacents	(4)	(20)
Financement des ajustements à la juste valeur	(1)	4
Intérêts nets statutaires	(5)	(16)

Les intérêts nets sous-jacents ont diminué de 16 millions de £, suite à la chute des intérêts de la dette nette et de ceux de notre régime de retraite à prestations définies. Le recul des intérêts de la dette nette procède principalement du rachat et du remboursement de la dette à long terme effectués l'an dernier. Les rachats de dette ont été permis par les efforts du Groupe sur le plan de la trésorerie, qui s'inscrivaient dans le cadre du programme « Créer de la valeur ». Les intérêts du régime de retraite sont calculés à partir des positions d'actif et de passif brutes, des rendements du marché et des taux d'actualisation en début d'année. La variation en glissement annuel s'explique principalement par une position d'actif supérieure au début de la période actuelle.

Fiscalité

Le taux d'imposition effectif, calculé sur le résultat avant éléments exceptionnels, impact fiscal des éléments de l'exercice précédent et effet de change, ressort à 28 % (2010/11 : 30 %).

Calcul du taux d'imposition effectif de 2011/12	Résultat en m£	Impôts en m£	Taux effectif en %
Résultat avant impôts et impôts sur le résultat	438	118	27
Retraité de la variation du taux d'imposition de l'année précédente et de l'effet de change		6	
Total retraits	438	124	28

Le taux d'imposition effectif du Groupe dépend de la répartition de ses différents taux d'imposition et bénéfices, qui varient d'un pays à l'autre. Tout en continuant de planifier notre situation fiscale dans un souci d'efficacité et en faisant preuve de prudence quant à l'incertitude de certaines positions fiscales, nous sommes conscients du fait que la pression sur les finances publiques risque d'accroître à l'avenir la charge fiscale des multinationales.

Éléments exceptionnels

Au premier semestre, les éléments exceptionnels atteignaient un montant de 0 £ net après charges fiscales (2010/11 : charge de 3 millions de £). Ces éléments comportaient un crédit exceptionnel de 2 millions de £ lié à la reprise des provisions de restructuration au Royaume-Uni suite au désengagement d'un magasin non exploité, compensé par une charge exceptionnelle de 2 millions de £ induite par les débuts de l'intégration des anciens magasins Focus DIY au réseau B&Q au Royaume-Uni. Nous pensons que les coûts d'intégration exceptionnels représenteront au total 13 millions de £, tous portés en charge au titre de l'exercice en cours (respectivement 2 millions de £ et 11 millions de £ aux premier et second semestres).

Résultat par action

Le résultat de base par action a progressé de 29,2 %, à 13,7 p (2010/11 : 10,6 p). Sur une base plus comparable, hors impact des éléments exceptionnels, des éléments fiscaux de l'exercice précédent et du financement des ajustements à la juste valeur, le résultat de base par action retraits affiche une augmentation de 27,4 %, à 13,5 p (2010/11 : 10,6 p).

	2011/12	2010/11
Résultat de base par action	13,7p	10,6p
Éléments exceptionnels	-	0,3p
Impôts sur les éléments exceptionnels et de l'exercice précédent	(0,3)p	(0,2)p
Financement des ajustements à la juste valeur (net d'impôt)	0,1p	(0,1)p
Résultat de base par action retraits	13,5p	10,6p

Dividendes

Comme pour l'exercice précédent, l'**acompte sur dividende** a été calculé de manière à représenter automatiquement 35 % du dividende total de l'exercice précédent. La possibilité d'une augmentation du dividende total est examinée chaque année au mois de mars. Comme annoncé en fin d'exercice, l'acompte sur dividende proposé s'élève à 2,47 p par action (2010/11 : 1,925 p). La date de détachement du coupon est fixée au 5 octobre 2011, et le dividende sera payé le 11 novembre 2011 aux actionnaires inscrits au registre à la fermeture des bureaux le 7 octobre 2011. En vertu du Plan de réinvestissement des dividendes, les actionnaires peuvent demander le paiement de ce dividende en numéraire ou en actions. Ceux qui souhaitent 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 21 octobre 2011.

Trésorerie disponible

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

	2011/12 m£	2010/11 m£
Résultat d'exploitation (hors éléments exceptionnels)	443	
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie ¹	134	374
Variation du fonds de roulement hors éléments exceptionnels	(170)	135
Retraites et provisions avant éléments exceptionnels	(26)	25
Flux de trésorerie d'exploitation	381	(30)
Intérêts nets versés	(5)	504
Impôts	(68)	(12)
Formation brute de capital fixe	(175)	(51)
Cessions d'actifs	-	(127)
Flux de trésorerie disponible	133	73
Dividendes versés	(121)	387
Achat d'actions pour les plans d'intéressement des salariés	(117)	(84)
Investissements industriels stratégiques ²		-
- Focus	(24)	-
- Royaume-Uni	(64)	-
Autres ³	(4)	(5)
Variation de la (dette)/trésorerie nette	(197)	298
(Dette)/trésorerie nette en début de période	14	(250)
Effet de change	(3)	(29)
(Dette)/trésorerie nette en fin de période	(186)	19

¹ Inclut les provisions pour amortissements et dépréciations, les charges afférentes aux plans de rémunération en actions, la variation avant éléments exceptionnels 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 Investissements exceptionnels, tels qu'acquisitions de complément et rachats du bien-fonds de magasins loués existants.

³ Inclut les dividendes versés par les joint-ventures et les sociétés mises en équivalence, les émissions d'actions aux actionnaires, la cession d'actions propres, les acquisitions de sociétés et les sorties de trésorerie aux fins des éléments exceptionnels.

La trésorerie disponible est ressortie à 133 millions de £ pour la période, soit une diminution de 254 millions de £ par rapport à l'exercice précédent, imputable à une augmentation du fonds de roulement et des investissements industriels nets, partiellement compensée par la progression du résultat opérationnel.

Comme prévu, le fonds de roulement s'est inscrit en hausse au cours de la période, du fait de l'ouverture de nouveaux magasins, de l'augmentation des stocks d'importations et de la LME française¹ (impact : 80 millions de £ sur la période). Il est possible de réduire les stocks dans certains pays et pour certaines catégories d'articles, et nous poursuivrons nos efforts dans ce sens.

La formation brute de capital fixe a augmenté de 48 millions de £ en glissement annuel en raison de l'investissement dans nos réseaux de magasins de Pologne et de Russie, ainsi que dans les systèmes informatiques du groupe. Lors de l'exercice précédent, nous avons perçu 73 millions de £ net de produits, issus principalement de la vente d'actifs immobiliers.

Durant la période, nous avons investi des fonds supplémentaires en plus de notre « trésorerie disponible » normale, avec l'allocation de 88 millions de £ à des investissements industriels stratégiques et de 117 millions de £ au plan d'actionnariat salarié, qui a acquis 42 millions d'actions Kingfisher en vue de compléter les plans d'intéressement en actions existants et d'éviter la dilution des intérêts des actionnaires lors de l'arrivée à échéance de ces plans. Les investissements industriels stratégiques comprennent 64 millions de £ au Royaume-Uni, où nous avons lancé un programme actif de rachat du bien-fonds des magasins déjà occupés, ainsi que 24 millions de £ dédiés à l'acquisition de 29 magasins Focus.

Les magasins Focus devraient nécessiter encore 20 millions de £ d'investissements supplémentaires au cours de l'exercice, et leur intégration avant l'ouverture devrait entraîner 13 millions de £ de charges exceptionnelles.

¹ *Loi de modernisation de l'économie, qui prévoit un raccourcissement des délais de paiement, mise en application sur trois ans jusqu'en 2012*

La dette financière nette en fin de période atteignait 186 millions de £ (29 janvier 2011 : trésorerie nette de 14 millions de £ ; 31 juillet 2010 : trésorerie nette de 19 millions de £). Le Groupe a conservé une note de crédit de premier ordre stable de BBB -. Le Groupe a refinancé au cours de la période sa ligne de crédit de 500 millions de £ à échéance 2012 au moyen d'une facilité de crédit garantie de 200 millions de £ à échéance 2016, sans modification des clauses contractuelles. Cette facilité de crédit n'était pas utilisée au 30 juillet 2011. La prochaine échéance de dette significative est prévue pour novembre 2012. Au cours de la période, le Groupe a racheté des obligations à échéance décembre 2014, d'une valeur nominale de 9,4 millions de £.

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

Retraites

Les **engagements nets de retraite** au sens de la norme IAS 19 accusaient au 30 juillet 2011 un déficit de 68 millions de £, contre 58 millions de £ au 29 janvier 2011. La dégradation de ce poste depuis cette dernière date s'explique principalement par l'actualisation des hypothèses financières calculées sur la base des conditions de marché au 30 juin 2011, qui a donné lieu à un abaissement de 5,6 % à 5,3 % de l'hypothèse de taux d'actualisation.

Lors de l'exercice précédent, le Groupe avait conclu un partenariat permettant à son régime de retraite à prestations définies pour le Royaume-Uni de recourir aux actifs immobiliers en cas d'insolvabilité de Kingfisher et instaurant un flux de revenus réguliers faisant partie des contributions en numéraire annuelles du Groupe. Au cours de la période ont été transférés au partenariat deux biens immobiliers supplémentaires au Royaume-Uni, d'une valeur de marché combinée de 119 millions de £, qui ont ensuite été reloués à B&Q plc, portant ainsi la contribution totale à 184 millions de £ à ce jour.

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 2010/11, sont les suivants :

- La pérennité du modèle des marchés émergents ;
- 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 ;
- 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 ;
- 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 ;
- 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'absence de mise en œuvre des mesures et des méthodes requises pour évaluer efficacement la valeur pour l'actionnaire dégageée 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 2010/11.

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 » ainsi qu'à la prochaine phase de développement de la Société, intitulée « Donner naissance au leader ».

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.