

jeudi 1er décembre 2011

Kingfisher publie un chiffre d'affaires total en hausse de 4,6 % pour le 3^{ème} trimestre (+1,3 % à surface comparable), et un résultat opérationnel en progression de 13,9 %

Principaux chiffres consolidés (13 semaines au 29 octobre 2011)

	Chiffre d'affaires	Variation totale en %	Variation totale en %	Variation à surface comp. en %	Résultat opérationnel	Variation totale en %	Variation totale en %
	2011/12 M£	(publié)	(à tx. de change constant)	(à tx. de change constant)	2011/12 M£	(publié)	(à tx. de change constant)
France	1 191	6,1 %	2,9 %	1,9 %	154	18,8 %	15,6 %
Roy.-Uni & Irlande	1 064	1,2 %	1,2 %	(0,7) %	56	21,7 %	21,7 %
International	559	8,1 %	9,5 %	3,8 %	63	(1,5) %	1,7 %
Total Groupe	2 814	4,6 %	3,5 %	1,3 %	273	13,9 %	13,1 %

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 du Groupe s'inscrit en hausse de 3,5 %, chacune des trois principales divisions opérationnelles enregistrant une progression
- Le résultat opérationnel du Groupe augmente de 13,1 %, soutenu par l'accroissement des ventes et la poursuite des mesures d'amélioration des marges, notamment l'intensification des approvisionnements directs et la mise en œuvre de la convergence des gammes
- 27 des 29 anciens magasins Focus DIY acquis récemment sont désormais ouverts et affichent un bon niveau d'activité
- La trésorerie nette s'élève à 14 millions de £ (contre un endettement net de 186 millions de £ au 30 juillet 2011), traduisant la priorité maintenue à la génération de trésorerie, l'échelonnement du fonds de roulement et l'imminence de certains projets d'investissements industriels qui devraient figurer dans les chiffres du quatrième trimestre ou du début du prochain exercice

Commentaire d'Ian Cheshire, directeur général du Groupe :

« Notre programme solidement établi d'initiatives internes (« Créer de la valeur ») a continué à soutenir notre croissance malgré la détérioration de la confiance des ménages en Europe. Je tiens à exprimer ma reconnaissance à nos équipes pour les efforts considérables qu'elles ont fournis, et qui nous ont permis d'améliorer sensiblement notre chiffre d'affaires et d'enregistrer une croissance bénéficiaire de 13 % au troisième trimestre, l'une des périodes les plus significatives de l'année en termes d'activité, notamment en France.

« Les perspectives à court terme restent difficiles sur nos principaux marchés. Pour autant, Kingfisher se porte bien, ce qui nous donne des moyens renforcés pour accroître nos parts de marché, soutenir notre croissance bénéficiaire et améliorer nos retours sur investissement. À plus long terme, les perspectives me paraissent très prometteuses, et l'équipe de direction attend avec impatience le lancement officiel l'année prochaine de la second phase d'initiatives internes (« Donner naissance au leader »), qui devrait permettre d'accélérer notre croissance et accroître la valeur pour nos actionnaires au cours des prochaines années. »

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 de ce communiqué peuvent être téléchargées sur notre site Internet www.kingfisher.com ou consultées sur iPad en téléchargeant gratuitement l'application Relations avec les investisseurs de Kingfisher sur l'App store d'Apple.

Vous pouvez également nous suivre sur twitter (@kingfisherplc).

Profil de la société :

Kingfisher plc est le premier distributeur européen de produits d'amélioration de l'habitat et le troisième mondial, avec 913 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.

« Créer de la valeur »

De nouveaux progrès ont été accomplis au cours de l'avant-dernier trimestre de l'année 4 du programme « Créer de la valeur » visant à améliorer nos retours sur investissement et à donner une nouvelle impulsion à la création de valeur pour nos actionnaires. Les principales composantes de ce programme 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. Poursuite de la croissance en Europe de l'Est
5. Redressement de B&Q Chine
6. Développer le sourcing Groupe
7. Réduire le fonds de roulement

Des progrès ont également été accomplis dans la mise en œuvre de la prochaine étape de notre développement, « Donner naissance au leader ». Cette étape s'appuiera sur un certain nombre d'initiatives internes destinées à améliorer les ventes, les marges et la productivité à l'échelle du Groupe et regroupées autour de trois grands thèmes – simplification de l'aménagement de l'habitat ('Simplicité'), développement d'une gamme de produits communs à travers notre réseau ('Convergence') et accélération de notre expansion ('Développement').

Des détails supplémentaires sur cette prochaine étape seront communiqués avec les résultats préliminaires pour l'exercice clos le 28 janvier 2012. Une présentation sera diffusée en direct sur Internet à partir de 10h00 le 22 mars 2012.

Troisième trimestre : revue opérationnelle par division

FRANCE

CA en M£	2011/12	2010/11	Variation publiée	Variation (à tx de change constants)	Variation à surface comparable
			(en %)	(en %)	(en %)
France	1 191	1 123	6,1 %	2,9 %	1,9 %

Résultat opérationnel en M£	2011/12	2010/11	% var. (Publié)	% var. (Constant)
France	154	130	18,8 %	15,6 %

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 affiche une nouvelle fois une croissance supérieure à celle du marché, les initiatives internes permettant au groupe d'enregistrer une croissance de plus de 2,9 % à 1 191 millions de £ (+1,9 % à surface comparable). D'après les statistiques de la Banque de France, les ventes sur le marché de l'aménagement de l'habitat⁽¹⁾ se sont inscrites en progression de 2 %. Un nouveau magasin a été ouvert et deux magasins ont été rénovés chez Castorama et chez Brico Dépôt, ce qui s'est traduit par environ 2 % de surface commerciale supplémentaire par rapport au troisième trimestre de l'année dernière.

Le résultat opérationnel a progressé de 15,6 % à 154 millions de £, soutenu par la forte croissance du chiffre d'affaires et par l'amélioration de la marge brute (+80 points de base) liée à l'accroissement des volumes d'approvisionnements directs et aux effets positifs de la poursuite de l'optimisation des achats.

Le chiffre d'affaires total de **Castorama** a progressé de 2,6 % à 634 millions de £ (+1,7 % à surface comparable). Les nouveaux progrès accomplis dans le cadre du programme de modernisation des magasins (69 % de l'espace de vente total désormais achevés), l'introduction de nouvelles gammes 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 enregistré une progression d'environ 7 %, soutenu par la douceur de l'automne (ex. : les ventes de tondeuses à gazon ont crû de +17 % à surface comparable) dont les effets ont toutefois été en partie annulés par la faiblesse des ventes de produits de chauffage. Le chiffre d'affaires des catégories non saisonnières affiche une amélioration d'environ 2 %, les ventes de nouvelles salles de bain et de gammes de rangements étant particulièrement soutenues.

Brico Dépôt, qui cible plus particulièrement le marché professionnel et les bricoleurs avertis, a enregistré un chiffre d'affaires total en progression de 3,2 % à 557 millions de £ (+2,2 % à surface comparable). Le segment professionnel⁽²⁾, qui avait publié un déclin de

4 % l'année dernière, affiche une amélioration, porté par le rebond des mises en chantier de logements neufs et des permis de construire au début de cette année.⁽³⁾

Les initiatives internes visant à augmenter le CA et la fréquentation ont enregistré de nouveaux progrès au troisième trimestre, marqués par la poursuite d'un programme ambitieux de redynamisation des gammes, la poursuite des promotions 'arrivages' (promotions ponctuelles sur certains articles) et le lancement de deux nouveaux catalogues visant à mettre de nouveau l'accent sur le rapport qualité/prix des produits Brico Dépôt. Les nouvelles gammes lancées l'année dernière ont enregistré une performance particulièrement satisfaisante (+11 % à surface comparable).

⁽¹⁾ Les statistiques de la Banque de France incluent les déménagements de magasins et les extensions de la surface commerciale. Les données ne prennent pas en compte le gros-œuvre pour les professionnels.

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

⁽³⁾ Service de l'observation et des statistiques octobre 2011

ROYAUME-UNI & IRLANDE

CA en M£	2011/12	2010/11	Variation publiée	Variation (à tx de change constant)	Variation à surface comparable
			(en %)	(en %)	(en %)
Royaume-Uni & Irlande	1 064	1 051	1,2 %	1,2 %	(0,7) %

Résultat opérationnel en M£	2011/12	2010/11	Variation publiée	Variation (à tx de change constant)
			(en %)	(en %)
Royaume-Uni & Irlande	56	46	21,7 %	21,7 %

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

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

Kingfisher Royaume-Uni & Irlande

Le chiffre d'affaires total affiche une progression de 1,2 % à 1 064 millions de £ (-0,7 % à surface comparable), B&Q et Screwfix parvenant tous deux à améliorer leur chiffre d'affaires en dépit du moral en berne des consommateurs. Le résultat opérationnel augmente de 21,7 % sous l'effet de l'accroissement du chiffre d'affaires, de l'amélioration de la marge brute et des mesures de réduction des coûts.

Le chiffre d'affaires total de **B&Q Royaume-Uni & Irlande** s'inscrit en hausse de 0,4 % (-0,9 % à surface comparable) à 928 millions de £. La douceur de l'automne a dopé les ventes saisonnières de produits d'extérieur (en augmentation d'environ 12 %). De fait, les ventes de meubles de jardin (« Blooma », gamme commune au niveau groupe) ressortent en progression de 68 %. Le chiffre d'affaires a également été soutenu par la fermeture de Focus DIY au deuxième trimestre. Durant le troisième trimestre, 27 des 29 anciens magasins Focus DIY récemment acquis ont été convertis au format B&Q, et affichent un bon niveau d'activité. Le chiffre d'affaires des produits non saisonniers ressort en diminution d'environ 4 % traduisant le recul généralisé de la consommation. La nouvelle offre « TradePoint », de comptoirs réservés aux professionnels dans les magasins continuent de croître et d'attirer de nouveaux clients professionnels : à la fin du troisième trimestre, cette offre comptait plus de 700 000 affiliés.

Le résultat opérationnel progresse de 20,6 % à 46 millions de £, tandis que la marge brute s'inscrit en hausse de 50 points de base malgré une base de comparaison défavorable (2010/11 : +110 points de base). Cette amélioration est due à la contribution accrue au chiffre d'affaires des produits à forte valeur ajoutée, et à l'intensification des approvisionnements directs. Nous sommes également restés très impliqués dans la réduction des charges d'exploitation (frais administratifs et commerciaux), qui sont restées globalement étales en pourcentage du chiffre d'affaires, sous l'effet d'un effort de remaniement des gammes moins important que l'année dernière au troisième trimestre. De fait, B&Q avait alors entrepris un effort majeur de remaniement de l'ensemble des gammes de produits de construction dans le magasin principal pour soutenir le lancement de « TradePoint » l'année dernière.

Le chiffre d'affaires total de **Screwfix** s'améliore de 7,0 % à 136 millions de £ malgré la conjoncture défavorable sur le marché des professionnels ⁽¹⁾. Le groupe a mis en place une série d'initiatives qui lui ont permis d'accroître ses parts de marché : lancement de nouvelles gammes (ex. : équipements de protection individuelle et vêtements de travail), création de comptoirs professionnels spécialisés réservés aux plombiers et aux électriciens implantés dans les points de vente Screwfix actuels, et poursuite de la politique d'ouverture de nouveaux points de vente (quatre nouveaux points de vente ouverts au cours du troisième trimestre, portant le total à 179). Les points de vente Screwfix représentent à présent plus des deux tiers du chiffre d'affaires total, et le groupe prévoit environ 35 ouvertures au quatrième trimestre.

Le résultat opérationnel s'améliore de 26,6 % à 10 millions de £, grâce à la forte progression du chiffre d'affaires, la marge brute étant soutenue par l'intensification des approvisionnements directs et l'optimisation de la distribution, ainsi que par le maintien d'une politique rigoureuse de maîtrise des coûts.

⁽¹⁾ *Sur la base des statistiques de juillet-septembre 2011 de la Builders' Merchants Federation*

INTERNATIONAL

Chiffre d'affaires en M£	2011/12	2010/11	Variation publiée	Variation (à tx de change constant)	Variation à surface comparable
			(en %)	(en %)	(en %)
International	559	517	8,1 %	9,5 %	3,8 %

Résultat opérationnel en M£	2011/12	2010/11	Variation publiée	Variation (à tx de change constant)
			(en %)	(en %)
International	63	64	(1,5) %	1,7 %

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.

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

Le chiffre d'affaires total à l'**International** augmente de 9,5 % à 559 millions de £ (+3,8 % à surface comparable). Le résultat opérationnel affiche une progression de 1,7 % à 63 millions de £, la baisse des résultats en Pologne étant compensée par l'amélioration des bénéficiaires en Russie et en Turquie et par la diminution des pertes en Chine.

Au cours du troisième trimestre, six nouveaux magasins ont été ouverts, dont trois en Pologne, un en Russie et deux en Turquie, soit une augmentation d'environ 8 % de la surface commerciale par rapport à l'année précédente. Le groupe prévoit d'ouvrir quatre nouveaux magasins supplémentaires au quatrième trimestre, dont deux en Pologne, un en Russie et un en Turquie, portant à environ 10 % l'accroissement de la surface commerciale sur l'année pleine.

Europe de l'Est

En **Pologne**, le chiffre d'affaires s'inscrit en hausse de 8,0 % (+2,6 % à surface comparable) à 312 millions de £ malgré la morosité du marché dans son ensemble. Cette amélioration est attribuable aux nouveaux magasins et la mise en place d'un effort marketing plus ambitieux visant à augmenter le chiffre d'affaires et à gagner des parts de marché. Toutefois, en dépit de l'amélioration de la marge brute⁽¹⁾ en glissement annuel, ces initiatives n'ont pas permis de compenser en totalité l'inflation des coûts, l'augmentation des coûts préliminaires à l'ouverture des magasins et l'impact des fluctuations importantes du dollar US par rapport au zloty polonais sur le prix d'importation des produits. En définitive, le résultat opérationnel s'inscrit en retrait à 40 millions de £ (contre résultat de 45 millions de £ publié pour 2010/11).

En **Russie**, le chiffre d'affaires affiche une progression de 43,8 % à 93 millions de £, grâce à l'ouverture de nouveaux magasins dans un contexte de croissance vigoureuse (+22,3 % à surface comparable). En **Turquie**, Koçtaş, joint-venture à 50 % de Kingfisher, enregistre un résultat opérationnel en augmentation de 9,4 % à 4 millions de £, sous l'effet de la croissance vigoureuse du chiffre d'affaires, de l'effet positif de l'intensification des approvisionnements directs sur la marge brute, et d'une maîtrise des coûts rigoureuse.

En **Espagne**, le chiffre d'affaires de Brico Dépôt s'inscrit en hausse de 2,3 % (+2,2 % à surface comparable) à 62 millions de £, en dépit de l'orientation défavorable du marché. **Hornbach**, dans lequel Kingfisher détient une participation de 21 %, affiche un résultat opérationnel atone à 14 millions de £.

Le chiffre d'affaires de **B&Q Chine** s'inscrit en retrait de 5,0 % à 92 millions de £ (-4,1 % à surface comparable) ce qui est lié au fait que le groupe compte un magasin de moins qu'au troisième trimestre de l'année dernière, et à la détérioration observée sur le marché immobilier (en baisse de 32 % ⁽²⁾).

Les premières mesures du plan de redressement progressent conformément aux anticipations, les pertes ayant été ramenées comme prévu à moins de 1 million de £, soit une réduction de plus de 50 % par rapport à l'année dernière à la même période (perte publiée de 2 millions de £ en 2010/11).

⁽¹⁾ Chiffre d'affaires multiplié par la marge brute en pourcentage

⁽²⁾ Nouvelles transactions de vente immobilière pour les 13 plus grandes villes chinoises entre août et octobre 2011 d'après le China Real Estate Exchange Center

Données par pays au 29 octobre 2011

	Nombre de magasins	Espace de vente (milliers de m ²)	Effectifs (ETP)
Castorama	103	1 060	11 371
Brico Dépôt	102	565	6 768
Total France	205	1 625	18 139
B&Q Royaume-Uni & Irlande	357	2 576	23 547
Screwfix	179	15	3 286
Total Roy/-Uni & Irlande	536	2 591	26 833
Pologne	64	472	10 192
Chine	40	333	5 087
Espagne	17	100	872
Russie	17	151	2 671
Joint-venture en Turquie	34	179	3 403
Total International	172	1 235	22 225
Total	913	5 451	67 197

Rapport d'activité – 39 semaines au 29 octobre 2011

	CA	Variation totale (publiée)	Variation totale (à tx. de change constant)	Variation à surface compar.	Résultat opérationnel	Variation totale (publiée)	Variation totale (à tx. de change constant)
	2011/12 en M£	(en %)	(en %)	(en %)	2011/12 (en M£)	(en %)	(en %)
France	3 532	6,8 %	4,6 %	3,6 %	355	22,7 %	20,2 %
Royaume-Uni & Irlande	3 370	(0,3) %	(0,3) %	(1,3) %	238	9,4 %	9,4 %
International	1 574	8,0 %	7,8 %	2,9 %	153	13,4 %	14,0 %
Total Groupe	8 476	4,1 %	3,1 %	1,5 %	746	16,3 %	15,3 %

2011/12 : 1 £ = 1,14 euro (2010/11 : 1,17 euro)

2011/12 : 1 £ = 4,65 zloty polonais (2010/11 : 1 £ = 4,66 zloty polonais)

2011/12 : 1 £ = 10,44 renminbi chinois (2010/11 : 1 £ = 10,39 renminbi chinois)

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.

Situation financière

Aucun événement ou transaction significatif n'a eu d'impact sur la situation financière solide du Groupe depuis le 30 juillet 2011, date de publication du bilan avant audit.

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 », « visé », « 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.