

Chiffre d'affaires total en baisse de 3,6 % et résultat opérationnel en recul de 8,6 % au T1 sous l'effet de conditions météorologiques défavorables en Europe et de l'impact négatif des variations de devises

Principaux chiffres consolidés (13 semaines au 28 avril 2012)

	Chiffre d'affaires	Variation totale en %	Variation totale en %	Variation à surface comparable en %	Résultat opérationnel	Variation totale en %	Variation totale en %
	2012/13 en M£	(publiée)	(à tx. de change constant)	(à tx. de change constant)	2012/13 en M£	(publiée)	(à tx. de change constant)
France	1 089	(1,8) %	2,2 %	0,7 %	78	0,1 %	4,2 %
R-Uni & Irlande	1 105	(7,0) %	(6,9) %	(10,4) %	75	(9,8) %	(9,8) %
International	438	1,0 %	5,8 %	(2,0) %	7	(48,1) %	(36,9) %
Total Group	2 632	(3,6) %	(1,3) %	(4,8) %	160	(8,6) %	(5,5) %

Note : 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 et les résultats sont pénalisés par des conditions météorologiques défavorables exceptionnelles au Royaume-Uni et en Europe continentale, et par l'impact de la base de comparaison défavorable par rapport au T1 de l'année dernière
- Les ventes saisonnières se sont inscrites en baisse de 22 % pour le Groupe dans son ensemble, ce qui a réduit les résultats d'environ 29 millions £. Toutefois, les initiatives d'amélioration de la marge brute et de réduction des coûts ont permis de limiter le recul global des résultats au T1
- La trésorerie nette s'est établie à 165 millions £ (30 avril 2011 : trésorerie nette de 283 millions £)

Commentaire d'Ian Cheshire, directeur général du Groupe :

« Nous étions préparés à un premier trimestre difficile, notamment par comparaison avec la croissance vigoureuse enregistrée l'année dernière, où le Groupe avait bénéficié des conditions météorologiques favorables au printemps et de plus de jours fériés. Toutefois, la pluie extrêmement importante cette année en avril au Royaume-Uni et en France a amplifié cet effet de base, ce qui a pesé sur les ventes de produits d'extérieur et de produits saisonniers.

« Dans ce contexte défavorable, nous avons donné la priorité aux initiatives d'amélioration des marges et de réduction des coûts, ce qui nous a permis de limiter fortement l'impact sur

les résultats. Le premier trimestre est ordinairement le moins significatif de l'année. Or, l'été, qui est pour nous la saison haute, est encore devant nous. De fait, nous restons convaincus que nous sommes bien préparés pour tirer parti de toute amélioration des conditions ce qui devrait nous permettre d'enregistrer des résultats soutenus pour l'année pleine.

« Nous accomplissons également des progrès significatifs dans la mise en œuvre de « Créer le Leader », notre nouveau programme d'initiatives internes qui vise à aider nos clients à rendre leurs logements plus confortables et plus respectueux de l'environnement et à créer davantage de valeur pour nos actionnaires ».

Revue opérationnelle du T1

FRANCE

CA en M£	2012/13	2011/12	Var. en %	Var. en %	Var. en %
			(publiée)	(à taux de change constant)	à surface compar.
France	1 089	1 109	(1,8) %	2,2 %	0,7 %

Résultat opérationnel en M£	2012/13	2011/12	Var. en %	Var. en %
			(publiée)	(à taux de change constant)
France	78	77	0,1 %	4,2 %

*Les chiffres de la France comprennent Castorama et Brico Dépôt
2012/13 : 1 £ = 1,20 euro (2011/12 : 1,16 euro)*

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

Kingfisher France

Kingfisher France a de nouveau surperformé le marché, les initiatives internes se traduisant par une progression du chiffre d'affaires de 2,2 % à 1 089 millions £ (+0,7 % à surface comparable, +1,3 % en incluant les déménagements de magasins et les extensions de la surface commerciale) malgré les conditions météorologiques défavorables en avril. D'après les statistiques de la Banque de France, les ventes à surface comparable sur le marché de l'amélioration de l'habitat⁽¹⁾ se sont inscrites en hausse de 0,2 % pour le trimestre (-8,8 % en avril 2012). Pour Castorama et Brico Dépôt, deux nouveaux magasins nets ont été ouverts et trois magasins ont été rénovés, ce qui a permis d'augmenter d'environ 3 % la surface commerciale par rapport au T1 de l'année dernière.

Le résultat opérationnel a progressé de 4,2 % à 78 millions £, soutenu par la croissance du chiffre d'affaires et par l'amélioration des marges brutes (+40 points de base) liée notamment aux initiatives en matière d'approvisionnement.

Le chiffre d'affaires total de **Castorama** a progressé de 1,3 % à 593 millions £ (-0,8 % à surface comparable, +0,3 % en incluant les déménagements de magasins et les extensions de la surface commerciale), soutenu par la campagne marketing innovante 'Do-it-Smart'



destinée à faciliter les projets d'aménagement de l'habitat pour la clientèle. Les ventes saisonnières de produits d'extérieur, qui représentent ordinairement environ 15 % du chiffre d'affaires au T1, se sont inscrites en baisse d'environ 15 % en raison notamment des conditions météorologiques défavorables. Les ventes de produits d'intérieur et de produits de construction se sont inscrites en hausse d'environ 2 %, les ventes enregistrées par les nouvelles gammes sols, cuisine et d'éclairage affichant une performance particulièrement soutenue.

Brico Dépôt, enseigne qui cible plus particulièrement le marché professionnel, a enregistré une croissance du chiffre d'affaires total de 3,3 % à 496 millions £ (+2,4 % à surface comparable). Les nouvelles gammes introduites l'année dernière (ex. : cuisines et robinets) ont enregistré une performance particulièrement vigoureuse (+8 % à surface comparable). Les ventes saisonnières de produits d'extérieur sont ordinairement très limitées pour Brico Dépôt.

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

ROYAUME-UNI & IRLANDE

CA en M£	2012/13	2011/12	Variation en %	Variation en %	Variation en %
			(publiée)	(à taux de change constant)	à surface comparable
Royaume-Uni & Irlande	1 105	1 187	(7,0) %	(6,9) %	(10,4) %

Résultat opérationnel M£	2012/13	2011/12	Variation en %	Variation en %
			(publiée)	(à taux de change constant)
Royaume-Uni & Irlande	75	83	(9,8) %	(9,8) %

*Cette division comprend B&Q au Royaume-Uni et en Irlande, ainsi que Screwfix et l'initiative 'Eco' au Royaume-Uni
2012/13 : 1 £ = 1,20 euro (2011/12 : 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 recul de 6,9 % à 1 105 millions £ (-10,4 % à surface comparable), ce qui reflète les conditions météorologiques défavorables par rapport à l'année dernière et moins de jours fériés. Le résultat opérationnel a diminué de 9,8 % à 75 millions £.

Le chiffre d'affaires total de **B&Q au Royaume-Uni & en Irlande** a chuté de 8,9 % à 968 millions £ (-11,7 % à surface comparable). Les ventes saisonnières de produits d'extérieur, qui peuvent représenter jusqu'à 30 % du chiffre d'affaires total au T1, se sont inscrites en baisse d'environ 30 %. Les ventes de produits de construction ont également subi l'impact des conditions météorologiques défavorables. Les ventes réalisées sur les espaces d'exposition (cuisines, salles de bain et chambres à coucher) se sont inscrites en légère progression au T1. Toutefois, l'année a débuté par une baisse du montant nominal des ventes après la mise en place d'une campagne promotionnelle (Every Day Low Price, EDLP) au T4 de l'année dernière, ce qui s'est traduit par une baisse des ventes cash reconnues ⁽¹⁾ sur le trimestre par rapport à l'année dernière. Cette nouvelle campagne promotionnelle devrait permettre de lisser les ventes sur l'année. Les ventes de produits de décoration d'intérieur sont ressorties en progression, les activités d'amélioration de l'habitat se reportant sur l'intérieur de la maison.

Le résultat opérationnel a chuté de 13,8 % à 65 millions £, les initiatives d'amélioration des marges et des coûts ne suffisant pas à compenser l'impact du fort recul des ventes saisonnières en glissement annuel. La marge brute a enregistré une augmentation de 120 points de base à la faveur d'un accroissement des ventes de produits à plus forte valeur ajoutée, d'une réduction des promotions et d'une augmentation des volumes d'approvisionnements directs. Le Groupe a continué de donner la priorité à l'optimisation des coûts opérationnels. Par ailleurs, le Groupe a reçu un règlement ponctuel d'environ 5 millions £ pour un litige lié à la construction.



Le chiffre d'affaires total de **Screwfix** a progressé de 10,2 % à 137 millions £ malgré un marché professionnel difficile ⁽²⁾. Cette performance est attribuable à une série de nouvelles initiatives, notamment les nouvelles gammes (ex. : radiateurs et vêtements professionnels), la poursuite du lancement de nouveaux points de vente et l'introduction réussie d'une offre de règlement et de retrait rapide par mobile (« click, pay & collect »). Huit nouveaux points de vente nets ont été ouverts durant le premier trimestre, portant leur nombre total à 223.

Le résultat opérationnel a connu une progression de 31,7 % à 11 millions £, sous l'effet d'une croissance vigoureuse du chiffre d'affaires, de l'intensification des approvisionnements directs, de l'optimisation de la distribution et de la poursuite d'une politique rigoureuse de maîtrise des coûts.

Initiative 'Eco' au Royaume-Uni

Comme annoncé auparavant, un investissement d'environ 10 millions £ sera affecté cette année à la formation des collaborateurs, au développement de nouveaux produits et de services et aux conseils juridiques et techniques dans la préparation du 'Green Deal' qui doit être lancé cette année par le gouvernement britannique, dont 1 million £ au premier trimestre.

⁽¹⁾ Les ventes cash sont comptabilisées en chiffre d'affaires lorsque les produits sont livrés au client

⁽²⁾ Sur la base des statistiques de la Builders' Merchants Federation pour la période janvier-mars 2012

INTERNATIONAL

CA en M£	2012/13	2011/12	Variation en %	Variation en %	Variation en %
			(publiée)	(à taux de change constant)	à surface comparable
International	438	434	1,0 %	5,8 %	(2,0) %

Résultat opérationnel en M£	2012/13	2011/12	Variation en %	Variation en %
			(publiée)	(à taux de change constant)
International	7	14	(48,1) %	(36,9) %

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.

2012/13 : 1 £ = 1,20 euro (2011/12 : 1,16 euro)

2012/13 : 1 £ = 5,01 zloty polonais (2011/12 : 4,60 zloty polonais)

2012/13 : 1 £ = 10,00 renminbi chinois (2011/12 : 10,60 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 5,8 % à 438 millions £ (-2,0 % à surface comparable), soutenu par les nouvelles ouvertures de magasins compensées par les conditions météorologiques défavorables en Europe continentale où les ventes d'articles de plein air se sont inscrites en baisse d'environ 5 % (hors Chine). Le résultat opérationnel est ressorti à 7 millions £ après prise en compte de la participation de 5 millions £ de Kingfisher aux pertes de Hornbach.

Au cours du premier trimestre, deux nouveaux magasins ont été ouverts, l'un en Espagne l'autre en Turquie, ce qui a augmenté la surface commerciale de 10 % par rapport au premier trimestre de l'année dernière.

Le chiffre d'affaires en Pologne s'est inscrit en progression de 2,9 % à 236 millions £ (-4,3 % à surface comparable) et la marge brute s'est améliorée, soutenue par l'intensification des approvisionnements directs. La politique rigoureuse de maîtrise des coûts n'a pas suffi à compenser entièrement l'inflation des coûts de sorte que le résultat opérationnel a chuté à 21 millions £ (2011/12 : 24 millions £ publiés). En Russie, le chiffre d'affaires a progressé de 48,0 % à 77 millions £, sous l'effet des ouvertures de nouveaux magasins et d'une croissance vigoureuse à surface comparable (+19,7 %). En Turquie, Koçtaş, joint-venture détenue à 50 % par Kingfisher, a publié un résultat au point mort (2011/12 : bénéficière de 2 millions £) avec un chiffre d'affaires en hausse de 4,0 % (-6,6 % à surface comparable). En Espagne, le chiffre d'affaires a décliné de 4,9 % (-7,4 % à surface comparable) à 58 millions £. Les pertes attribuables à la participation de 21 % de Kingfisher dans **Hornbach** se sont élevées à 5 millions £ (2011/12 : perte publiée de 2 millions £).

B&Q Chine a enregistré un chiffre d'affaires en recul de 6,8 % à 67 millions £ (-6,0 % à surface comparable), ce qui traduit la fermeture d'un magasin par rapport au premier trimestre de l'année dernière ainsi que la conjoncture plus difficile que prévu sur le marché immobilier (en baisse de 9 %⁽¹⁾). La perte de 5 millions £ (2011/12 : perte publiée de



7 millions £) est liée à la poursuite de la stratégie de maîtrise des coûts sur un trimestre qui est ordinairement le plus faible de l'exercice, et qui a subi les effets du Nouvel an chinois.

⁽¹⁾ *Nouvelles transactions de vente immobilière pour les 13 plus grandes villes chinoises entre janvier et mars 2012 d'après le China Real Estate Exchange Center*

DONNÉES PAR PAYS au 28 avril 2012

	Nombre de magasins	Espace de vente (milliers de m ²)	Employés (ETP)
Castorama	104	1 068	11 849
Brico Dépôt	103	571	6 494
Total France	207	1 639	18 343
B&Q Royaume-Uni & Irlande	359	2 584	23 613
Screwfix	223	17	3 545
Total Royaume-Uni & Irlande	582	2 601	27 158
Pologne	67	492	10 111
Chine	39	325	4 590
Espagne	18	105	1 135
Russie	18	161	2 667
Joint-venture en Turquie	37	194	3 382
Total International	179	1 277	21 885
Total	968	5 517	67 386

Créer le Leader

Nous avons accompli de nouveaux progrès dans la prochaine phase de notre développement à moyen terme qui s'articule autour des huit étapes suivantes :

PLUS FACILE

1. Pour nos clients, rendre plus facile l'amélioration de l'habitat
2. Offrir à nos clients plus de canaux de vente

COMMUN

3. Bâtir des marques communes aux produits innovants
4. Partout, viser l'efficacité et l'efficience

EXPANSION

5. Renforcer notre présence sur nos marchés historiques
6. Se développer sur des marchés nouveaux et prometteurs

ONE TEAM

7. Développer nos leaders et connecter les hommes
8. Développement durable : devenir « Net Positive »

Nous présenterons l'état d'avancement de ce projet à l'occasion de la publication des résultats du premier semestre clos le 28 juillet 2012.

Situation

Aucun événement ou transaction significatif n'a eu d'impact sur la situation financière solide du Groupe depuis le 28 janvier 2012, date de clôture de l'exercice annoncée précédemment.

financière



Profil de la société

Kingfisher plc est le premier distributeur européen de produits d'amélioration de l'habitat et le troisième mondial, avec 968 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.

Pour tout renseignement complémentaire :

Ian Harding, Directeur de la Communication Groupe	+44 20 7644 1029
Sarah Levy, Responsable Communication Actionnaires et Investisseurs	+44 20 7644 1032
Nigel Cope, Responsable Communication Externe	+44 20 7644 1030
Matt Duffy, Responsable Relations Investisseurs	+44 20 7644 1082
Clare Haines, Chargée Communication Externe	+44 20 7644 1286
Brunswick	+44 20 7404 5959

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

Vous pouvez également suivre Kingfisher sur twitter @kingfisherplc.

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.