

EMBARGO JUSQU'AU MERCREDI 12 SEPTEMBRE 2012 À 07H00

Kingfisher publie un chiffre d'affaires en baisse de 3,3 % pour le premier semestre, en hausse de 1 % à taux de change constants, résultat retraité avant impôts en baisse de 15,5 % à 371 millions de £

Principaux chiffres consolidés 26 semaines au 28 juillet 2012	2012/13	2011/12	Variation totale en % (publié)	Variation totale en % (à taux de change constants)	Variation à surface comparable (à taux de change constants)
Chiffre d'affaires	5 478 m£	5 662 m£	(3,3) %	1,0 %	(2,8) %
Résultat opérationnel	403 m£	473 m£	(14,7) %	(10,0) %	
Résultat retraité avant impôt	371 m£	439 m£	(15,5) %		
Bénéfice non dilué par action ajusté	11,5 p	13,5 p	(14,8) %		
Acomptes sur dividendes	3,09 p	2,47 p	+25,1 %		
Trésorerie nette/ (dette financière nette)	29 m£	(186) m£	n/d		

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. Les chiffres ajustés s'entendent avant éléments exceptionnels, gains et pertes sur la conversion des soldes de prêts entre sociétés du Groupe, 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 (Section 5).

Faits marquants :

- Les éléments suivants ont pesé fortement sur les résultats :
 - Impact négatif des variations de change de 25 millions de £ lié à la conversion en livres sterling des résultats réalisés en euro et en zloty pour satisfaire les obligations déclaratives
 - Réduction de 30 millions de £ des résultats liée au niveau record des précipitations au Royaume-Uni et en Europe du Nord, ce qui a beaucoup freiné la fréquentation. Les ventes de produits saisonniers ont reculé de 7 %, entraînant une augmentation des démarques saisonnières afin d'écouler les stocks d'articles saisonniers, ainsi qu'une augmentation des frais de marketing dans le but d'accroître la fréquentation et la part de marché
 - L'accélération du processus de convergence nationale des marques propres au Royaume-Uni a augmenté les coûts d'environ 10 millions de £
- Les initiatives internes en cours, notamment l'augmentation des volumes d'approvisionnements directs, a toutefois limité le recul global des résultats
- La génération de cash flow disponible s'est inscrite en progression en glissement annuel, portant la trésorerie nette à 29 millions £ à la fin du premier semestre
- Le programme « Créer le Leader » est bien engagé, et les objectifs pour l'exercice 2012/13 sont en passe d'être atteints

- Une charge nette exceptionnelle de 5 millions de £ après impôt, liée principalement à la rationalisation des bureaux support en partie contre-balançée par le gel des droits des bénéficiaires des régimes de retraite basés sur le dernier salaire au Royaume-Uni
- Acomptes sur dividendes en hausse de 25,1 %, calculés de manière à représenter automatiquement 35 % du dividende total de l'exercice précédent conformément à la politique du Groupe

Chiffres statutaires	2012/13	2011/12	Variation publiée
Résultat avant impôt	364 m£	438 m£	(16,9) %
Résultat de la période	259 m£	320 m£	(19,1) %
Bénéfice non dilué par action	11,1 p	13,7 p	(19,0) %

Remarque : un rapprochement avec les chiffres ajustés figure dans la Revue financière (Section 5).

Commentaire d'Ian Cheshire, directeur général du Groupe :

« Ce premier semestre a été difficile en raison du niveau sans précédent de précipitations en Europe du Nord tout au long du printemps et de l'été, deux saisons clés. Ces mauvaises conditions météorologiques ont pesé sur la fréquentation et sur la demande de produits d'entretien d'extérieur, ainsi que sur les articles de jardinage et de loisir, qui représentent normalement une part importante du chiffre d'affaires du premier semestre.

« Cependant nous avons pris des mesures pour écouler les excédents de stocks saisonniers, stimuler les ventes de produits d'intérieur et gérer notre trésorerie de manière rigoureuse tout en accélérant nos initiatives internes. Certes, ces efforts n'ont pas permis d'annuler entièrement les effets des mauvaises conditions météorologiques, mais ils nous ont permis de terminer le premier semestre dans une situation aussi bonne que possible et avec une trésorerie nette positive au bilan. Notre nouveau plan d'initiatives internes à moyen terme, « Créer le Leader », est désormais bien engagé et nous sommes en passe d'atteindre nos principaux objectifs pour 2012/13.

« Les incertitudes sur les perspectives économiques pèsent sur nos marchés depuis quelque temps, et cette situation a peu de chances de s'améliorer immédiatement. À court terme, nous comptons maintenir une stratégie commerciale efficace indépendamment des conditions de marché, tout en accélérant nos initiatives internes autant que possible, et en conservant notre flexibilité de manière à saisir les opportunités qui pourraient se présenter. Fort des bons résultats déjà obtenus grâce à notre nouveau programme « Créer le Leader », je suis convaincu que nous avons les moyens de créer un distributeur de produits d'amélioration de l'habitat de dimension mondiale et de libérer tout le potentiel que nous confèrent notre talent et notre dimension internationale. »

Pour tout renseignement complémentaire :

Ian Harding, Directeur de la Communication Groupe	020 7644 1029
Sarah Levy, Responsable Communication Actionnaires et Investisseur	020 7644 1032
Nigel Cope, Responsable Communication Externe	020 7644 1030
Matt Duffy, Directeur Communication Actionnaires et	020 7644 1082

Investisseurs	
Clare Haines, Chargée de la Communication Externe	020 7644 1286
Brunswick	020 7404 5959

Des exemplaires supplémentaires de ce communiqué peuvent être téléchargés 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.

Un entretien vidéo avec Ian Cheshire et Kevin O'Byrne est également disponible sur notre site Internet.

Profil de la société :

Kingfisher plc est le premier distributeur européen de produits d'amélioration de l'habitat et le troisième mondial, avec 988 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 se compose de cinq parties :

- 1) Etat d'avancement du programme « Créer le Leader »
- 2) Revue opérationnelle par principales zones géographiques
- 3) Données par pays
- 4) Deuxième trimestre par principales zones géographiques – 13 semaines au 28 juillet 2012
- 5) Revue financière et, dans la seconde partie de l'annonce, états financiers semestriels condensés

Section 1

ETAT D'AVANCEMENT DU PROGRAMME « CRÉER LE LEADER »

Nous bénéficions d'une série d'atouts uniques, liés notamment à notre capacité à tirer parti de notre taille internationale, de nos capacités d'approvisionnement, de l'autorité que nous avons acquise en étant un des pionniers du développement durable et de notre expérience dans l'amélioration de l'habitat, ce qui nous permet d'offrir à nos clients des produits innovants, plus durables et plus abordables. De plus, nous accompagnons nos clients dans leurs projets en leur offrant nos conseils et en leur proposant de nouveaux canaux de distribution complémentaires à nos magasins, ce qui leur permet d'adapter plus facilement leur habitat à l'évolution de leurs besoins. Cette nouvelle démarche se résume par la formule « *Better Homes, Better Lives* ».

« Créer le Leader » : réalisation du 1er semestre et objectifs pour le 2nd semestre

En mars 2012, nous avons articulé le programme « Créer le Leader » autour de quatre axes de travail (Plus facile, Commun, Expansion et « One Team ») organisés en huit étapes spécifiques dont la réalisation est mesurée par des indicateurs clés ainsi que par des objectifs annuels pour le court terme.

Nous décrivons ici les progrès que nous avons accomplis dans la réalisation de chacun des objectifs de l'exercice 2012/13 :

PLUS FACILE

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

Réalisations au premier semestre 2012/13

- Lancement de cours de formation au bricolage au Royaume-Uni
- Lancement de la chaîne B&Q sur YouTube dotée de plus de 100 vidéo-tutoriels disponibles pour les projets de bricolage les plus populaires
- Test d'un nouveau format de magasins mettant en œuvre le concept de « Plus facile » (ex. : disponibilité accrue en magasin, promotion du libre-service, développement des outils didactiques et des démonstrations en magasin) en France et en Russie
- Préparatifs pour le programme de modernisation énergétique de l'habitat ('Green Deal') lancé par le gouvernement britannique
 - Le concept « Eco » est à présent testé dans 5 magasins B&Q au Royaume-Uni
 - Lancement des premiers diagnostics de performance énergétique

- Lancement de l'offre de règlement sur mobile et de retrait en magasin (« click, pay and collect ») de Screwfix, qui représente déjà 50 % des ventes totales par mobile
- Lancement d'une plate-forme multicanaux chez Screwfix

Objectifs au second semestre 2012/13

- Lancement de la plate-forme multicanaux du Groupe pour les comptoirs « TradePoint » de B&Q
- Revalorisation de l'offre en ligne de B&Q
- Test de l'offre « click & collect » de retrait en magasin d'articles achetés en ligne chez Castorama en France

COMMUN

3. Bâtir des marques communes aux produits innovants

4. Partout, viser l'efficacité et l'efficience

Réalisations au premier semestre 2012/13

- Augmentation de la contribution au chiffre d'affaires des marques propres soit communes* soit fournies par le canal de l'approvisionnement direct, objectifs pour l'année pleine en passe d'être atteints
- Ouverture d'un nouveau bureau d'approvisionnement direct en Turquie
- Elargissement des marques propres communes destinées aux professionnels chez Screwfix et Brico Dépôt
 - Les machines-outils manuelles de moyenne gamme « Titan » lancées en 2010 sont à présent étendues à d'autres produits (ex. : aspirateurs et nettoyeurs haute pression)
 - Développement de 'Site', une nouvelle marque de vêtements professionnels
- Développement à l'échelle du Groupe d'une solution informatique d'anticipation et de réapprovisionnement des stocks, désormais déployée intégralement chez B&Q au Royaume-Uni et en Irlande, ce qui permet d'améliorer la disponibilité des produits et de réduire le niveau des stocks
- Économies de coût à l'échelle du Groupe :
 - Économies sur les produits non destinés à la revente grâce à des négociations avec les fournisseurs au niveau européen, notamment sur l'impression de catalogues, le marketing et sur les coûts d'aménagement des magasins
 - Contrat SAP renégocié à l'échelle du Groupe et élargi

Objectifs au second semestre 2012/13

- Porter les approvisionnements directs à 18 % du chiffre d'affaires, et les marques propres communes* à 7 % du CA
- Doubler les volumes d'approvisionnements directs sur nos marchés en développement (Pologne, Russie, Turquie & Chine)
- Lancer la marque « Site » de vêtements professionnels chez Screwfix (en remplacement des anciennes marques) et effectuer un test chez Brico Dépôt
- Lancer une nouvelle gamme de machines-outils manuelles à prix d'entrée de gamme chez Screwfix et Brico Dépôt sous la marque « Energer »

** commun signifie que le produit ou le fournisseur sont identiques, mais qu'il n'est pas possible d'obtenir un produit commun pour des raisons commerciales ou réglementaires (ex. : les rallonges électriques sont fournies par le même fournisseur mais avec des prises électriques différentes)*

EXPANSION

5. Renforcer notre présence sur nos marchés historiques

6. Se développer sur des marchés nouveaux et prometteurs

Réalisations au premier semestre 2012/13

- Ouverture de 35 nouveaux magasins (Royaume-Uni 28*, France 2, Russie 1, Turquie 1 & Espagne 3)
- Rénovation et extension de quatre magasins Castorama en France, 70 % des magasins sont désormais au format moderne
- Conversion et intégration réussies de 28 magasins Focus DIY, apportant une contribution de 3 % à la croissance du CA total de B&Q, retour sur investissement légèrement supérieur aux attentes
- Obtention d'un site pour l'ouverture d'un nouveau modèle de petit magasin en Chine. Ce petit format, qui représente un tiers environ de la surface d'un magasin B&Q standard en Chine, test un concept ciblant le marché cible de l'architecture d'intérieur « prête à l'emploi »

Objectifs au second semestre 2012/13

- Ouvrir 37 nouveaux magasins (Royaume-Uni 32*, Pologne 5)
- Rénover et agrandir un magasin Castorama en France
- Tester un magasin B&Q Design Centre séparé de 4 000 m² en Chine
 - Basé sur l'espace productif « Design Centre » existant des magasins « Big Box » plus grands (environ 10 000 m²)
 - Renforcer les niveaux de service dans les magasins, offrir de meilleures présentations, proposer des articles MDD plus exclusifs, améliorer l'offre en ligne et mettre en place une gestion centralisée des stocks pour les livraisons à domicile
 - Investir environ 3 millions de £ supplémentaires au second semestre, ce qui augmentera les coûts au compte de résultats

**principalement des magasins Screwfix*

« ONE TEAM »

7. Développer nos leaders et connecter les hommes

8. Développement durable : devenir « Net Positive »

Réalisations au premier semestre 2012/13

- Lancement de la Kingfisher Academy
- Les 250 principaux dirigeants ont participé à une formation sur la gestion du changement et la finance (comprenant notamment un approfondissement des ressorts du profit économique de Kingfisher)
- Annonce d'un nouveau plan pour le développement durable, « Devenir Net Positive ».

- Définition de notre objectif consistant à donner à la planète plus qu'elle ne nous donne : chercher à contribuer positivement à l'avenir de la planète en veillant à ce que notre entreprise ait un impact net positif.
- Définition de quatre domaines d'action prioritaires : bois, énergie, innovation et communautés
- Lancement d'un microsite : www.kingfisher.com/netpositive
- Fixation d'objectifs acceptés par l'ensemble des sociétés du Groupe

Objectifs au second semestre 2012/13

- Etendre les modules de la Kingfisher Academy
- Lancement formel de « Net Positive » et du tableau des scores associé

Section 2

REVUE OPÉRATIONNELLE PAR PRINCIPALES ZONES GEOGRAPHIQUES

FRANCE

CA en M£	2012/13	2011/12	Variation publiée (en %)	Variation (à taux de change constant) (en %)	Variation à surface comparable (en %)
France	2 206	2 341	(5,8) %	1,1 %	(0,6) %

Résultat opérationnel (en £m)	2012/13	2011/12	Variation publiée (en %)	Variation (à taux de change constant) (en %)
France	191	201	(4,9) %	2,0 %

Les chiffres de la France comprennent Castorama et Brico Dépôt
2012/13 : 1 £ = 1,23 euro (2011/12 : 1,14 euro)

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

Kingfisher France

D'après les statistiques de la Banque de France, qui ne prennent pas en compte le gros œuvre pour les professionnels, les ventes sur le marché de l'amélioration de l'habitat ⁽¹⁾ se sont inscrites en progression de 1,0 %. Le marché a été pénalisé par le niveau exceptionnel des précipitations dans le nord de la France, notamment au mois d'avril où le marché a enregistré un recul de 9 %. Au premier semestre, le chiffre d'affaires de Kingfisher France a progressé de 1,1 % à 2,2 milliards de £ (-0,6 % à surface constante, +0,4 % à surface comparable⁽¹⁾). Dans le nord de la France, le chiffre d'affaires à surface constante a reculé de 1,2 %, la fréquentation affichant une diminution d'environ 2 %. Dans le sud de la France, les ventes et la fréquentation à surface constante sont restées atones. Pour les deux enseignes, un nouveau magasin a été ouvert en données nettes et cinq magasins ont été rénovés, ce qui s'est traduit par une augmentation nette de la surface de vente d'environ 1 %.

Le résultat opérationnel a progressé de 2,0 %, soit un rythme légèrement plus soutenu que pour le chiffre d'affaires, la marge brute s'améliorant de 10 points de base grâce aux initiatives prises en matière d'approvisionnement, dont les effets ont toutefois été en partie contre-balançés par quelques investissements réalisés dans la tarification. Le Groupe a également mis en œuvre une maîtrise des coûts rigoureuse, ce qui lui a permis d'absorber au premier semestre une augmentation imprévue de 3 millions de £ des charges sociales sur les régimes d'intéressement aux bénéficiaires de l'entreprise, à quoi devraient venir s'ajouter quelque 4 millions de £ supplémentaires au second semestre.

Le chiffre d'affaires total de **Castorama** a progressé de 2,2 % à 1,2 milliard de £ (-0,3 % à surface constante, +1,4 % à surface comparable ⁽¹⁾). Castorama a continué à gagner des parts de marché, à la faveur de sa 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 se sont inscrites en baisse d'environ 2 % en raison notamment des conditions météorologiques défavorables. Les ventes d'articles d'intérieur et de produits de construction ont connu une progression d'environ 1 % tandis que les nouvelles gammes de cuisine et de carrelage ont enregistré une performance particulièrement soutenue.

Brico Dépôt, enseigne qui cible plus particulièrement le marché professionnel, a subi les effets du ralentissement du marché de la construction, les statistiques sur les mises en chantier et les permis de construire ⁽²⁾ étant marquées par un recul d'environ 3 % pour les trois derniers mois. Le chiffre d'affaires total est resté globalement atone à 1,0 milliard de £ (-0,9 % à surface constante). Les nouvelles gammes introduites l'année dernière (ex. : chauffage et menuiserie) affichent une performance extrêmement satisfaisante (+20 % à surface constante).

⁽¹⁾ Les statistiques de la Banque de France se basent sur le nombre de magasins à données comparables, ce qui comprend les déménagements de magasins et les extensions de la surface commerciale.

⁽²⁾ Service de l'observation et des statistiques juillet 2012

ROYAUME-UNI & IRLANDE

CA en m£	2012/13	2011/12	Variation publiée (en %)	Variation (à taux de change constant) (en %)	Variation à surface comparable (en %)
Royaume-Uni & Irlande	2 264	2 306	(1,8) %	(1,7) %	(5,5) %

Résultat opérationnel en m£	2012/13	2011/12	Variation publiée (en %)	Variation (à taux de change constant) (en %)
Royaume-Uni & Irlande	145	182	(20,2) %	(20,2) %

Le Royaume-Uni et l'Irlande comprennent B&Q au Royaume-Uni et en Irlande, ainsi que Screwfix
2012/13 : 1 £ = 1,23 euro (2011/12 : 1,14 euro)

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

Kingfisher Royaume-Uni & Irlande

D'après GfK, le marché des principaux distributeurs de produits d'amélioration de l'habitat⁽¹⁾ a chuté d'environ 6 % au premier semestre, avec un déclin de 14 % des ventes saisonnières. Dans le même temps, le marché professionnel a reculé de 1 %⁽²⁾.

Le chiffre d'affaires total de Kingfisher au Royaume-Uni et en Irlande s'est inscrit en baisse de 1,7 % à 2,3 milliards de £ (-5,5 % à surface constante), les niveaux records de précipitation ayant pesé sur le marché dans un contexte de consommation déjà anémique.

Le résultat opérationnel a reculé de 20,2 % à 145 millions de £, une détérioration qui résulte principalement de la faiblesse des ventes saisonnières, des démarques supplémentaires effectuées pour écouler les stocks de produits saisonniers et le changement accéléré des gammes.

Le chiffre d'affaires total de **B&Q Royaume-Uni & Irlande** s'est inscrit en diminution de 3,0 % (-6,0 % à surface constante) à 2,0 milliards de £. Les ventes saisonnières de produits d'extérieur se sont inscrites en baisse d'environ 11 %, la fréquentation moyenne chutant de 20 % au cours des semaines les plus sévèrement affectées par les mauvaises conditions météorologiques. Les ventes de produits de construction ont également été touchées par les aléas climatiques. Cette situation a toutefois profité aux ventes de produits de décoration d'intérieur, qui se sont inscrites en progression.

Le résultat opérationnel a chuté de 24,1 % à 125 millions de £. Malgré l'effet positif du programme en cours de rationalisation des approvisionnements, la marge brute est ressortie en baisse de 40 points de base, ce qui est lié aux démarques qui se sont avérées nécessaires pour écouler les stocks saisonniers et à la décision d'accélérer la liquidation des stocks avant le lancement au niveau national de nouvelles gammes de marques propres communes de carrelage et de décoration au deuxième trimestre. Le Groupe a continué à donner la priorité à la réduction des coûts opérationnels. Par ailleurs, un litige ponctuel d'un montant d'environ 5 millions de £ lié aux activités de construction a fait l'objet d'un règlement et a été perçu.

Le chiffre d'affaires total de **Screwfix** a crû de 8,9 % à 273 millions de £, malgré la morosité du marché professionnel⁽²⁾, grâce à la poursuite du déploiement de nouveaux points de vente, au succès de l'offre de règlement sur Internet et de retrait en magasin (« click, pay and collect ») et à l'introduction plus récemment d'une offre similaire sur mobile. Vingt-cinq nouveaux points de vente ont été ouverts durant le premier semestre, portant le total à 240. Quelque 30 nouveaux points de vente supplémentaires sont prévus pour le second semestre.

Le résultat opérationnel a crû de 19,1 % à 20 millions de £, ce qui reflète la croissance vigoureuse du chiffre d'affaires, la marge brute se trouvant dopée par l'intensification des approvisionnements directs, l'optimisation de la distribution et le maintien d'une politique rigoureuse de maîtrise des coûts.

Publication des résultats du Groupe au Royaume-Uni

Les activités de B&Q et de Screwfix sont de plus en plus partagées : circuit de distribution partagé, développement en commun de plusieurs initiatives majeures (ex. : offre multicanaux et Eco) et complémentarité des stratégies de croissance sur le marché britannique. De fait, à partir de l'année prochaine (2013/14), nous adopterons pour le Royaume-Uni le même mode de publication des résultats qu'en France, c'est-à-dire que nous fournirons un chiffre global ainsi qu'un commentaire sur la performance commerciale de chaque activité.

⁽¹⁾ Ces données fournies par GfK comprennent les surfaces nouvelles mais excluent certains distributeurs tels qu'IKEA, Topps Tiles ainsi que d'autres sociétés indépendantes plus petites.

⁽²⁾ Sur la base des statistiques de la Builders' Merchants Federation pour la période comprise entre avril et juin 2012

INTERNATIONAL

CA en m£	2012/13	2011/12	Variation	Variation (à	Variation
----------	---------	---------	-----------	--------------	-----------

			publiée (en %)	taux de change constant (en %)	à surface comparable (en %)
International	1 008	1 015	(0,8) %	7,4 %	(1,0) %

Résultat opérationnel en m£	2012/13	2011/12	Variation publiée (en %)	Variation (à taux de change constant) (en %)
International	67	90	(25,3) %	(15,1) %

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 £ = 1,23 euro (2011/12 : 1,14 euro) ; 2012/13 : 1 £ = 5,16 zloty polonais (2011/12 : 1 £ = 4,54 zloty polonais)
2012/13 : 1 £ = 9,99 renminbi chinois (2011/12 : 1 £ = 10,56 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 7,4 % à 1,0 milliard de £ (-1,0 % à surface constante) soutenu par les ouvertures de nouveaux magasins. Toutefois, l'incertitude sur les perspectives économiques en Europe et les conditions météorologiques défavorables ont pesé sur les ventes à surface constante et sur la rentabilité de chacun de nos territoires hormis la Russie. Le résultat opérationnel s'est inscrit en baisse de 15,1 % à 67 millions £.

Cinq nouveaux magasins ont été ouverts au premier semestre, dont trois en Espagne, un en Russie et un en Turquie, ce qui a augmenté la surface de vente d'environ 2 %. Cinq nouveaux magasins doivent être ouverts au second semestre, tous en Pologne.

En **Europe de l'Est**, le chiffre d'affaires a connu une progression de 2,3 % en **Pologne** (-4,1 % à surface constante) à 513 millions de £. La marge brute est restée étale, les effets des initiatives en matière d'approvisionnement étant compensés par une série d'investissements dans les prix dans un contexte d'atonie du marché. L'impact de la politique rigoureuse de maîtrise des coûts a été en partie compensé par l'inflation des coûts, ce qui a entraîné un recul de 12,6 % du résultat opérationnel à 54 millions de £. En **Russie**, où la conjoncture économique reste relativement vigoureuse, le chiffre d'affaires s'est inscrit en progression de 48,3 % à 198 millions de £ (+19,3 % à surface constante), soutenu par l'ouverture de nouveaux magasins. Le résultat opérationnel a atteint 2 millions de £, contre une perte de 1 million de £ au premier semestre de l'année dernière. En **Turquie**, Koçtaş, joint-venture détenue à 50 % par Kingfisher, a publié un chiffre d'affaires en hausse de 6,8 % (-4,2 % à surface constante) à 162 millions de £, l'ouverture d'un nouveau magasin étant en partie compensée par le recul des ventes saisonnières lié aux conditions météorologiques défavorables (ex. : gammes de climatiseurs) et à la détérioration de la conjoncture économique. La contribution de Koçtaş au résultat opérationnel s'est élevée à 5 millions de £, en baisse de 30,2 % en glissement annuel.

Ailleurs, Brico Dépôt **Espagne** a enregistré une progression du chiffre d'affaires de 2,1 % (-4,8 % à surface constante) à 129 millions de £, soutenu par l'ouverture de nouveaux magasins. Le résultat opérationnel est ressorti à 3 millions de £, en baisse de 50 % par rapport à l'année dernière ce qui est lié à la fois à la morosité du marché et à 1 million de £

de coûts préalables à la reprise de l'ouverture de nouveaux magasins. **Hornbach**, dans lequel Kingfisher détient une participation de 21 %, a apporté une contribution de 9 millions de £ au résultat opérationnel, en baisse de 22,9 % par rapport à l'année dernière, ce qui reflète en grande partie la perte de 5 millions de £ enregistrée au premier trimestre.

Le chiffre d'affaires de B&Q **Chine** a reculé de 5,5 % (-4,7 % à surface constante) à 168 millions de £, le Groupe disposant d'un magasin de moins que l'année dernière et le marché immobilier étant plus mal orienté que prévu (en baisse de 7 %*). Le Groupe a enregistré une perte de 6 millions de £, une évolution stable sur un an.

* Nouvelles transactions de vente immobilière pour les 17 villes où B&Q est présent entre juillet 2011 et juin 2012 d'après le China Real Estate Exchange Center

Section 3 DONNÉES PAR PAYS

Au 28 juillet 2012

	Nombre de magasins	Espace de vente (milliers de m ²)	Employés (ETP)
Castorama	103	1 075	12 211
Brico Dépôt	103	571	6 577
Total France	206	1 646	18 788
B&Q Royaume-Uni & Irlande	360	2 587	23 122
Screwfix	240	18	3 533
Total Royaume-Uni & Irlande	600	2 605	26 655
Pologne	67	493	10 912
Chine	39	325	4 482
Espagne	20	116	1 108
Russie	19	170	2 681
Joint-venture en Turquie	37	194	3 316
Total International	182	1 298	22 499
Total	988	5 549	67 942

Section 4 DEUXIÈME TRIMESTRE PAR PRINCIPALES ZONES GÉOGRAPHIQUES – 13 semaines au 28 juillet 2012

	CA	Variation totale en %	Variation totale en %	Variation à surface comparable en %	Résultat opérationnel	Variation totale en %	Variation totale en %
	2012/13 m£	(publié)	(à taux de change constants)	(à taux de change constants)	2012/13 m£	(publié)	(à taux de change constants)
France	1 117	(9,3) %	0,1 %	(1,7) %	113	(8,1) %	0,6 %
Royaume-Uni & Irlande	1 159	3,7 %	3,9 %	(0,3) %	70	(28,8) %	(28,8) %
International	570	(2,1) %	8,6 %	(0,2) %	60	(20,9) %	(11,4) %
Total Groupe	2 846	(2,9) %	3,2 %	(0,8) %	243	(18,2) %	(12,7) %

Remarque : Le chiffre d'affaires des joint-ventures et des sociétés mises en équivalence 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.

Section 5 REVUE FINANCIÈRE

Les tableaux ci-après présentent une synthèse du résultat financier publié pour la période de six mois au 28 juillet 2012 :

	2012/13 m£	2011/12 m£	(Diminution) / augmentation
Chiffre d'affaires	5 478	5 662	(3,3) %
Résultat avant impôt ajusté	371	439	(15,5) %
Résultat avant impôt après éléments exceptionnels	364	438	(16,9) %
Résultat non dilué par action ajusté	11,5p	13,5p	(14,8) %
Dividendes	3,09p	2,47p	25,1 %

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

	2012/13 m£	2011/12 m£	Diminution
Résultat avant impôt	364	438	(16,9) %
Résultat exceptionnel	6	-	-
Résultat avant éléments exceptionnels et impôt	370	438	(15,5) %
Ajustement de la conversion des soldes de prêts entre sociétés du Groupe	1	1	-
Résultat avant impôt ajusté	371	439	(15,5) %

Le résultat après impôt et le BNPA, comprenant l'ensemble des éléments exceptionnels pour la période de six mois au 28 juillet 2012 est présenté ci-après :

	2012/13	2011/12	Diminution
Résultat après impôt	259 m£	320 m£	(19,1) %
Résultat non dilué par action	11,1 p	13,7 p	(19,0) %

Vue d'ensemble

Le **chiffre d'affaires** total a progressé de 1,0 % à taux de change constants, mais le chiffre d'affaires publié a diminué de 3,3 % à 5,5 milliards de £ (2011/12 : £5,7 milliards de £). À surface constante, le chiffre d'affaires du Groupe s'est inscrit en baisse de 2,8 % (2011/12 : +1,6 %). Sur la période, le nombre net d'ouvertures de nouveaux magasins atteint 32, dont 25 comptoirs professionnels Screwfix, portant le réseau à 951 magasins (sans prendre en compte les 37 magasins détenus via la joint-venture du Groupe en Turquie).

Le **résultat opérationnel** avant exceptionnels a reculé de 10,0 % à taux de change constants et le résultat opérationnel publié a diminué de 14,7 % à 403 millions de £ (2011/12 : 473 millions de £). Si l'on tient compte des éléments exceptionnels, le résultat opérationnel a enregistré un déclin de 16,1 % à 397 millions de £ (2011/12 : 473 millions de £).

Les **frais financiers nets** pour le semestre se sont élevés à 4 millions de £, en baisse de 1 million de £ sur un an (cf. tableau ci-après).

Le **résultat avant impôt** a chuté de 16,9 % à 364 millions de £ en raison des conditions météorologiques défavorables, de la mauvaise orientation de l'activité et de l'impact de la conversion de devises lié à la faiblesse de l'euro et du zloty polonais. Si l'on exclut l'impact des éléments exceptionnels et des gains et pertes sur la conversion des soldes de prêts entre sociétés du Groupe, la diminution du **résultat avant impôt ajusté** atteint 15,5 % à 371 millions de £.

Le **résultat après impôt** pour la période a atteint 259 millions de £ (2011/12 : 320 millions de £), soit un **bénéfice non dilué par action** de 11,1 p sur la période (2011/12 : 13,7 p).

Les **frais financiers nets** ont diminué de 1 million de £ sur la période. Ils se ventilent de la façon suivante :

	2012/13 m£	2011/12 m£
Frais financiers nets sous-jacents	(3)	(4)
Ajustement de la conversion des soldes de prêts entre sociétés du Groupe	(1)	(1)
Frais financiers nets statutaires	(4)	(5)

Les frais financiers nets sous-jacents ont diminué de 1 million de £ sous l'effet de la baisse des frais financiers sur la dette nette elle-même liée à l'augmentation des niveaux moyens de trésorerie nette. Toutefois, cette diminution s'est vue en partie compensée par l'augmentation des frais financiers nets liés aux régimes de retraite, due principalement à une réduction des hypothèses de rendement des actifs.

Imposition

Le taux effectif d'imposition, appliqué au résultat avant éléments exceptionnels et ajustement des impôts de l'exercice précédent, est resté stable à 28 % (2011/12 : 28 %).

Calcul du taux d'imposition effectif	Résultat m£	Impôt m£	2012/13 en %	2011/12 en %
Résultat avant impôts et impôts sur celui-ci	364	105	29	27
Plus perte exceptionnelle et impôts sur celle-ci	6	1		
Moins ajustement de l'exercice précédent	-	(2)		
Total – ajusté	370	104	28	28

Le taux global d'imposition tient compte de l'impact des éléments exceptionnels et de l'ajustement des impôts de l'exercice précédent. Ces éléments ont eu pour effet sur la période de porter le taux global d'imposition à 29 %. Au cours de l'exercice précédent au contraire, ces éléments avaient eu pour effet d'abaisser le taux global d'imposition à 27 %.

Le taux d'imposition effectif du Groupe reflète les taux d'imposition et la part des résultats générés dans les différents pays où le Groupe est présent. Les taux statutaires pour les principales filiales du Groupe en 2012/13 sont les suivants :

- Royaume-Uni : 24 %
- France : 36,1 %
- Pologne : 19 %

Compte tenu des différences importantes de taux d'imposition qui existent entre ces différents pays, le taux d'imposition effectif du Groupe pourrait subir quelques fluctuations à l'avenir. Nous comptons poursuivre notre démarche d'optimisation de notre situation fiscale, et nous adopterons notamment une approche prudente en constituant des provisions dans les cas où notre situation fiscale serait sujette à quelques incertitudes. Toutefois, étant donné la pression qui s'exerce sur les finances publiques, la charge fiscale pourrait augmenter à terme sur les entreprises multinationales.

Résultat exceptionnel

Sur la période, le Groupe a constitué une provision nette exceptionnelle après impôt de 5 millions de £ (2011/12 : provision nulle). Cette charge se compose principalement d'une provision de 22 millions de £ liée à la réorganisation de nos activités au Royaume-Uni, qui devrait porter ses fruits dans un délai de 18 mois à partir du quatrième trimestre de cette année. Cette réorganisation porte notamment sur la rationalisation des éléments suivants :

- le bureau support des magasins B&Q, repositionné vers un concept plus agile, et plus centré sur le client. Cette réorganisation vient couronner le succès de l'initiative « Martini », qui a permis de simplifier les processus, de réduire les coûts et d'améliorer le service client dans les magasins et dans la chaîne d'approvisionnement au cours des dernières années
- les activités cuisine, salle de bain et chambre à coucher de B&Q après l'introduction du concept EDLP sur ces gammes. Le concept EDLP (Every Day Low Pricing « des prix bas tous les jours » consiste à offrir à la clientèle des prix régulièrement bas toute l'année. Cette démarche favorise une répartition plus stable des ventes tout au long de l'année et élimine les pics d'approvisionnement en cas de montée en flèche ponctuelle de la demande)
- les services informatiques de Kingfisher, le Groupe évoluant de plus en plus vers un ensemble de systèmes communs, avec notamment la consolidation d'un certain nombre de services auprès d'un prestataire extérieur

Une série de crédits exceptionnels sont venus en déduction de cette charge, à savoir :

- un crédit net de 11 millions de £ sur la comptabilisation des engagements de retraite (2011/12 : crédit nul). Ces éléments sont présentés plus en détail dans la section sur les retraites (cf. plus loin).
- une plus-value de cession de 1 million de £ sur le portefeuille immobilier (2011/12 : 0)
- une reprise sur provision de 4 millions de £ (2011/12 : 2 millions de £), liée à une provision onéreuse sur un contrat immobilier pour des magasins non utilisés. Ces magasins ont soit été sous-loués soit ont été abandonnés sur la période
- un avoir fiscal net de 1 million de £ sur éléments exceptionnels (2011/12 : 0)

Résultat par action

Le résultat de base par action a atteint 11,1 p sur la période (2011/12 : 13,7 p). A structure comparable, et déduction faite de l'impact des éléments exceptionnels et de l'ajustement de la conversion des soldes de prêts entre sociétés du Groupe, le résultat par action ajusté est ressorti à 11,5 p (2011/12 : 13,5 p).

	2012/13	2011/12
Résultat de base par action	11,1 p	13,7 p
Résultat exceptionnel et ajustement de la conversion	0,3 p	0,1 p

des soldes de prêts entre sociétés du Groupe		
Impôt sur éléments exceptionnels et ajustement de l'exercice précédent	0,1 p	(0,3) p
Résultat par action ajusté	11,5 p	13,5 p

Dividendes

Comme pour l'exercice précédent, l'**acompte sur dividendes** a été calculé de manière à représenter automatiquement 35 % du dividende total de l'exercice précédent. Toute augmentation du dividende sur l'année pleine est étudiée en mars pour l'exercice tout entier. Conformément à ce qui avait été annoncé à la fin de l'année, le conseil d'administration propose le versement d'un acompte sur dividendes de 3,09 p par action (2011/12 : 2,47 p par action). La date de détachement du dividende est le 10 octobre 2012 et le dividende sera versé le 16 novembre 2012 aux actionnaires inscrits au registre à la fermeture des bureaux le 12 octobre 2012. Les actionnaires pourront soit percevoir leur dividende en numéraire, soit le réinvestir en actions de Kingfisher plc par le biais d'un programme DRIP (Dividend reinvestment plan). Les actionnaires qui opteraient pour la première fois pour le DRIP lors du prochain acompte doivent en notifier le bureau d'enregistrement, Computershare Investor Services plc, au plus tard le 25 octobre 2012.

Flux de trésorerie disponible

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

	2012/13	2011/12
	m£	m£
Résultat d'exploitation (hors éléments exceptionnels)	374	443
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie ⁽¹⁾	141	134
Variation du fonds de roulement	55	(170)
Pensions et provisions (hors éléments exceptionnels)	(24)	(26)
Flux de trésorerie d'exploitation	546	381
Intérêts versés	(4)	(5)
Impôt versé	(74)	(68)
Investissement brut (avant investissements stratégiques)	(172)	(175)
Cessions d'actifs	6	-
Flux de trésorerie disponible	302	133
Dividendes versés	(148)	(121)
Achats d'actions pour les plans d'intéressement	-	(117)
Investissement stratégiques ⁽²⁾		
- Focus	-	(24)
- Royaume-Uni	-	(64)
Autres ⁽³⁾	4	(4)
Variation de la trésorerie / (dette) nette	158	(197)
Trésorerie / (dette) nette à l'ouverture	(88)	14
Autres mouvements, dont variations de change	(41)	(3)
Trésorerie / (dette) nette à la clôture	29	(186)

⁽¹⁾ Inclut les provisions pour amortissements et dépréciations, les charges afférentes aux plans de rémunération en actions, la variation 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 de nature ponctuelle, telles que les acquisitions complémentaires et l'acquisition en pleine propriété de magasins loués jusqu'alors.

⁽³⁾ Inclut les dividendes versés par les joint-ventures et les sociétés mises en équivalence, les émissions d'actions, les acquisitions et les éléments exceptionnels (hors cessions d'actifs immobiliers).

Le Groupe a généré un **flux de trésorerie disponible** de 302 millions de £ sur la période (2011/12 : 133 millions de £) grâce au timing des achats d'actions et des traitements de salaires de fin de mois qui ont permis de dégager environ 150 millions de £. Toutefois, cet impact positif devrait s'inverser au second semestre. Au cours de l'exercice précédent, nous avons investi des fonds supplémentaires non compris dans nos « Flux de trésorerie disponible » normaux. Nous avons notamment attribué 88 millions de £ aux investissements stratégiques et 117 millions de £ aux rachats d'actions en propre. Ces investissements stratégiques portaient notamment sur 64 millions de £ investis au Royaume-Uni où nous avons décidé de mener une politique active d'acquisition des locaux déjà occupés, ainsi que sur 24 millions de £ consacrés à l'acquisition de 29 magasins Focus.

La **trésorerie nette financière** s'élevait à 29 millions de £ à la fin de la période (28 janvier 2012 : endettement net de 88 millions de £ ; 30 juillet 2011 : endettement net de 186 millions de £). Le groupe conserve une notation de crédit *investment grade* solide, et sa notation a été relevée à BBB au cours de la période par deux des trois agences de notation. La troisième agence maintient une notation de BBB- assortie de perspectives positives. Le groupe dispose d'une ligne de crédit confirmée de 200 millions de £ qui parvient à expiration en 2016 et qui restait non utilisée au 28 juillet 2012. La prochaine tombée de dette significative intervient en

novembre 2012, date à laquelle le Groupe devra procéder au remboursement d'obligations pour une valeur nominale de 200 millions de €.

Le profil de maturité de la dette de Kingfisher est décrit dans la partie « debt investors » de la partie « Financial Information » de la section « Investors & Media » du site web de Kingfisher : www.kingfisher.com/indice.asp?pageid=76

Engagements nets de retraite

Les **engagements nets de retraite** au sens de la norme IAS 19 accusaient au 28 juillet 2012 un déficit de 44 millions de £, contre 15 millions de £ au 28 janvier 2012. La détérioration de cette position depuis 28 janvier 2012 est due principalement à des pertes actuarielles de 66 millions de £, compensées par un gain de 27 millions de £ lié aux modifications de la comptabilisation du régime.

Sur la période, et après consultation des membres actifs, il a été convenu de procéder au gel des droits des bénéficiaires des régimes de retraite basés sur le dernier salaire au Royaume-Uni avec effet à partir du 30 juin 2012. Le régime avait été fermé aux nouveaux entrants en 2004. Un crédit exceptionnel net de 11 millions de £ sur la comptabilisation des engagements de retraite a été reconnu. Il s'agit d'un gain de 27 millions de £ sans incidence sur la trésorerie lié aux modifications de la comptabilisation du régime, qui représente une réduction ponctuelle du passif comptable dans la mesure où les prestations cessent d'être liées aux augmentations de salaires futures au-delà du taux d'inflation. Ce gain est compensé par une charge de 16 millions de £ liée aux paiements transitoires effectués aux membres actifs. A partir de juillet 2012, un régime plus avantageux de cotisations définies a été proposé à l'ensemble des employés britanniques du Groupe et il est prévu que la réduction des cotisations en numéraire au régime basé sur le dernier salaire sera largement compensée par l'augmentation des cotisations au régime à cotisations définies.

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 les États financiers de 2011/12, sont les suivants :

- Les initiatives « Plus facile » ne réussissent pas à stimuler la demande et à créer de la valeur
- Le Groupe n'effectue pas les investissements nécessaires dans les systèmes et les plates-formes de production pour maintenir sa position concurrentielle ou la renforcer face à ses concurrents soit en ligne soit à l'international
- Incapacité à valoriser le potentiel et à créer de la valeur pour les actionnaires à travers l'optimisation des achats combinés et des synergies commerciales, alors même que le Groupe conserve la responsabilité de la gestion des sociétés affiliées
- Atteintes à la réputation du Groupe liées à des défaillances significatives des produits ou des services du Groupe, en raison de défauts liés à leur qualité ou à leur conception, à leur production ou leur installation, alors même que le Groupe continue à investir dans ses marques propres et ses approvisionnements
- Les incertitudes sur les perspectives économiques mondiales et l'avenir de la zone Euro continuent à peser sur la confiance des ménages et sur la pérennité et les capacités à long terme des fournisseurs du Groupe
- Alors que la distribution évolue en raison du développement de l'offre en ligne et des distributeurs multicanaux, le Groupe ne parvient pas à adapter son modèle économique et à profiter des opportunités créées par l'évolution technologique, de sorte qu'il ne parvient pas à maintenir sa position concurrentielle ou la renforcer face à ses concurrents
- Le Groupe n'effectue pas les investissements nécessaires dans ses collaborateurs pour veiller à se doter des compétences et de l'expérience nécessaires
- L'impact sur la réputation et la marque de Kingfisher lié à un accident environnemental ou éthique majeur, à une fraude significative ou au non respect d'une obligation législative ou réglementaire majeure entraînant des mesures punitives ou privatives de liberté

Pour davantage de détails sur les risques du Groupe et sur ses procédures de gestion du risque, se référer aux pages 18 à 20 du Rapport annuel et des États financiers 2011/12.

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 la deuxième phase de notre plan de croissance « Créer le Leader » et les huit volets spécifiques de ce programme à moyen terme.

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.