

Jeudi 30 mai 2013

Kingfisher publie un chiffre d'affaires total en baisse de 0,4 % au 1^{er} trimestre (-4,2 % à surface comparable) et un résultat opérationnel de 114 millions de £. Le chiffre d'affaires s'est amélioré à la fin du trimestre après un retour à des conditions météorologiques plus normales.

Principaux chiffres consolidés (13 semaines au 4 mai 2013)

	Chiffre d'affaires 2013/14 (en M£)	Var. totale publiée (en %)	Var. totale (en %) (à tx. de change constants)	Var. (en %) à structure comparable (à tx. de change constants)	Résultat opérationnel 2013/14 (en M£)	Var. totale publiée (en %)	Var. totale (en %) (à tx. de change constants)
France	1 079	(0,9) %	(3,8) %	(5,6) %	66	(14,4) %	(16,9) %
Royaume-Uni & Irlande	1 068	(3,4) %	(3,4) %	(4,7) %	50	(32,1) % ⁽¹⁾	(32,0) % ⁽¹⁾
International	476	8,6 %	5,6 %	0,7 %	(2)	n/a	n/a
Total Groupe	2 623	(0,4) %	(2,1) %	(4,2) %	114	(28,0) %	(29,2) %

Remarque : 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.

⁽¹⁾ Points de comparaison 2012/13 retraités de 1 M£ pour prendre en compte le reclassement en résultat opérationnel des frais administratifs liés aux régimes de retraite, auparavant classés en frais financiers, conformément à la norme IAS 19 révisée.

Faits marquants (à taux de change constants) :

- Le chiffre d'affaires et le résultat ont été affectés par les éléments suivants :
 - La faiblesse persistante de la confiance des ménages sur nos trois principaux marchés
 - Des conditions météorologiques défavorables en mars et début avril, entraînant une baisse du trafic et des ventes d'articles d'extérieur en recul de 10 %. Le graphique ci-après met en évidence la volatilité des ventes du Groupe au cours du trimestre :

Variation hebdomadaire des ventes du Groupe à surface constante, en glissement annuel - 2013/14

Group - 2013/14 LFL sales, year on year change by week





- Au premier trimestre, le Groupe a continué de réinvestir dans les prix et baisses de coûts en lien avec son programme d'initiatives internes. Ce taux de réinvestissement devrait diminuer sur le restant de l'année
- Le Groupe a accompli de nouveaux progrès dans la mise en œuvre de son programme « Créer le Leader », avec notamment l'acquisition au cours du trimestre de 15 magasins en Roumanie, opération qui devrait être conclue au deuxième trimestre
- La trésorerie nette a atteint 264 millions de £ (28 avril 2012 : trésorerie nette publiée était ressortie à 165 millions de £)

Commentaire d'Ian Cheshire, directeur général du Groupe :

« Les conditions de marché sont restées difficiles au premier trimestre, une évolution qui s'est trouvée aggravée par l'effet de distorsion lié au calendrier précoce des fêtes de Pâques et à une météo exceptionnellement froide en Europe. De fait, la fréquentation a globalement diminué, et la demande de produits d'entretien, de jardinage et de loisirs d'extérieur s'en est trouvée pénalisée pour la deuxième année consécutive. Ce phénomène a été particulièrement fort au mois de mars qui est responsable de la majeure partie de la baisse des résultats enregistrée au cours du trimestre. Nous avons cependant enregistré une performance encourageante vers la fin du trimestre avec le retour à des conditions météorologiques plus normales.

« Nous nous préparons maintenant à tirer parti de toute amélioration des conditions pendant l'été, qui est pour nous la haute saison. Nous maintiendrons nos efforts pour mener à bien nos initiatives d'amélioration de la rentabilité et de réduction des coûts, afin de nous donner les moyens de renforcer notre réputation de bon rapport qualité / prix en ces temps difficiles ».

« Notre programme d'initiatives internes « Créer le Leader » avance bien, ce qui nous permet d'améliorer notre offre et d'optimiser la génération et l'utilisation de notre trésorerie et de créer de la valeur pour nos actionnaires ».

PROFIL DE LA SOCIETE

Kingfisher plc est le premier distributeur européen de produits d'amélioration de l'habitat et le troisième mondial, avec environ 1 030 magasins dans huit pays d'Europe et d'Asie. Ses principales enseignes sont B&Q, Castorama, Brico Dépôt et Screwfix. Kingfisher exploite également la marque Koçtaş, dans le cadre d'une joint-venture à 50 % avec le groupe turc Koç, et détient une participation de 21 % dans Hornbach, leader allemand de la distribution de bricolage en magasin entrepôt.



REVUE OPÉRATIONNELLE DU PREMIER TRIMESTRE PAR PRINCIPALES ZONES GÉOGRAPHIQUES

FRANCE

CA (en M£)	2013/14	2012/13	Var. (en %) (publiée)	Var. (en %) (à taux de change constants)	Var. (en %) à surface comparable
France	1 079	1 089	(0,9) %	(3,8) %	(5,6) %

Résultat opérationnel (en M£)	2013/14	2012/13	Var. (en %) (publiée)	Var. (en %) (à taux de change constants)
France	66	78	(14,4) %	(16,9) %

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

Le chiffre d'affaires de Kingfisher France s'est inscrit en recul de 3,8 % à 1 079 millions de £ (-5,6 % à surface comparable) sous l'effet d'un ralentissement des marchés lié à un effet calendaire négatif d'environ 1,5 % du fait du nombre plus faible de jours ouvrés par rapport à l'année dernière au premier trimestre ⁽¹⁾. Deux nouveaux magasins (nombre net) ont été ouverts sur la période, entraînant une augmentation d'environ 3 % de la surface de vente sur un an.

La marge brute s'est inscrite en hausse de 10 points de base sous l'effet des initiatives internes. Ces mesures, associées au maintien d'une politique rigoureuse de maîtrise des coûts qui s'est notamment traduite par une diminution des rémunérations variables, ont permis d'enregistrer un résultat opérationnel de 66 millions de £ (2012/13 : résultat opérationnel publié de 78 millions de £).

Le chiffre d'affaires total de **Castorama** a diminué de 2,3 % à 597 millions de £ (-4,1 % à surface comparable). D'après les statistiques provisoires de la Banque de France, les ventes sur le marché de l'amélioration de l'habitat se sont inscrites en baisse d'environ 7 %. Castorama a donc surperformé le marché, grâce à sa campagne 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 diminution d'environ 11 %, ce qui est lié aux conditions météorologiques exceptionnellement rigoureuses. Les ventes de produits d'intérieur ont chuté d'environ 3 %.

Brico Dépôt, enseigne qui cible plus particulièrement le marché professionnel, a subi les effets de l'atonie du marché de la construction et d'une base de comparaison défavorable (T1 2012/13 : +2,4 %). De fait, le chiffre d'affaires total s'est inscrit en recul de 5,7 % à 482 millions de £ (-7,3 % à surface constante). Les initiatives internes ont permis d'accomplir de nouveaux progrès, les nouvelles gammes introduites l'année dernière (ex. : gammes de menuiserie et de carrelage) et la poursuite des promotions 'arrivages'



(promotions ponctuelles sur certains articles), renforçant la réputation de bon rapport qualité / prix de Brico Dépôt.

(1) Hors du Royaume-Uni et d'Irlande, les chiffres sont publiés sur la base de l'année calendaire. Au Royaume-Uni et en Irlande, les chiffres sont publiés sur la base d'un exercice de 13 semaines. L'exercice a compté un jour ouvré de moins chez Castorama et deux jours ouvrés de moins chez Brico Dépôt par rapport à l'année dernière.

ROYAUME-UNI & IRLANDE

CA en M£		2013/14	2012/13	Var. (en %) (publiée)	Var. (en %) (à taux de change constants)	Var. (en %) à surface comparable
Royaume-Uni & Irlande		1 068	1 105	(3,4) %	(3,4) %	(4,7) %

Résultat opérationnel (en M£)		2013/14	2012/13	Var. (en %) (publiée)	Var. (en %) (à taux de change constants)
Royaume-Uni & Irlande		50	74	(32,1) %	(32,0) %

Cette division comprend B&Q au Royaume-Uni et en Irlande, ainsi que Screwfix. Points de comparaison 2012/13 retraités de 1 M£ pour prendre en compte le reclassement en résultat opérationnel des frais administratifs liés aux régimes de retraite, auparavant classés en frais financiers, conformément à la norme IAS 19 révisée.

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

Kingfisher Royaume-Uni & Irlande

Le chiffre d'affaires total a diminué de 3,4 % à 1 068 millions de £ (-4,7 % à surface constante) sur un marché morose, pénalisé par la faiblesse de la confiance des ménages et par le calendrier précoce des fêtes de Pâques, ainsi qu'à des conditions météorologiques exceptionnellement mauvaises en mars et début avril.

Sous l'effet de cette baisse des ventes, Kingfisher Royaume-Uni & Irlande a publié un résultat opérationnel de 50 millions de £ (le résultat opérationnel de 74 millions de £ publié en 2012/13 intégrait le règlement d'un litige ponctuel d'un montant de quelque 5 millions de £ lié aux activités de construction). La marge brute est restée globalement atone, les effets des initiatives internes étant compensés par les investissements tarifaires. Les deux activités ont continué à se focaliser sur la rationalisation des coûts opérationnels.

Le chiffre d'affaires total de **B&Q Royaume-Uni & Irlande** est ressorti en retrait de 5,7 % à 913 millions de £ (-5,6 % à surface constante), traduisant la baisse de la fréquentation attribuable aux basses températures. Les ventes saisonnières de produits d'extérieur, qui peuvent représenter jusqu'à 30 % du chiffre d'affaires total au premier trimestre, se sont inscrites en baisse de plus de 10 %. Les ventes de produits de construction ont également été pénalisés par les aléas climatiques. Dans la catégorie espaces d'exposition, les ventes de salles de bain se sont inscrites en recul, sur un marché morose caractérisé par une forte concurrence sur les prix. Toutefois, les ventes de cuisines ont enregistré une performance soutenue. Les ventes produits de décoration d'intérieur ont elles aussi amélioré leur performance, profitant de la désaffection activités d'extérieur pénalisées par la rigueur du climat.

En Irlande, un magasin a été fermé à l'issue de la procédure de sauvegarde (« Examinership ») et les autres magasins devraient bénéficier d'une réduction importante des loyers.



Le chiffre d'affaires total de **Screwfix** a connu une progression de 12,6 % (+1,7 % à surface constante) à 155 millions de £, profitant de l'embellie du marché professionnel ⁽¹⁾, sous l'effet des nouvelles gammes (ex. : peinture et accessoires de machines-outils), de l'ouverture de nouveaux magasins et du succès de l'offre mobile « click, pay & collect » introduite l'année dernière. Huit comptoirs ont été ouverts au premier trimestre, portant le total à 283.

⁽¹⁾ Sur la base des statistiques de la Builders' Merchants Federation pour la période janvier-mars 2013

INTERNATIONAL

CA en M£	2013/14	2012/13	Var. (en %) (publiée)	Var. (en %) (à taux de change constants)	Var. (en %) à surface comparable
International	476	438	8,6 %	5,6 %	0,7 %

Résultat opérationnel (en M£)	2013/14	2012/13	Var. (en %) (publiée)	Var. (en %) (à taux de change constants)
International	(2)	7	n/a	n/a

L'international 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 constants

Le chiffre d'affaires total à l'**International** a augmenté de 5,6 % à 476 millions de £ (+0,7 % à surface constante) soutenu par la progression enregistrée à surface constante en Russie et en Chine et par l'ouverture de nouveaux magasins. En nombre net, trois nouveaux magasins ont été ouverts, dont deux en Pologne et un en Espagne, augmentant la surface de vente d'environ 5 % par rapport au premier trimestre de l'année dernière. Toutefois, les incertitudes économiques en Europe (en dehors de la Russie et de la Turquie) et la rigueur climatique exceptionnelle en Pologne ont pesé sur la performance.

Le premier trimestre est de loin le trimestre le plus faible pour cette division en raison de la faiblesse de la demande en Europe de l'Est (hiver) et en Chine (Nouvel an). Cependant, l'assiette des coûts est largement fixe, et la division a donc publié une perte d'exploitation de 2 millions de £ pour le premier trimestre (2012/13 : résultat opérationnel publié de 7 millions de £), imputable en majorité à la Pologne.

De fait, les ventes se sont inscrites en baisse de 1,3 % en Pologne (-4,2 % à surface constante) à 240 millions de £, malgré l'augmentation de la surface de vente dont les effets ont été largement contre-balançés par l'extrême rigueur du climat en mars. Les ventes ont été inhabituellement volatiles (février -0,8 % à surface constante ; mars -16,7 % à surface constante ; avril +5,1 % à surface constante). La marge brute a diminué de 170 points de base, les bénéfices des initiatives internes se trouvant plus que compensés par les nouveaux investissements tarifaires, dont le montant parviendra à l'objectif annuel au cours du deuxième trimestre. La maîtrise rigoureuse des coûts, après l'augmentation de quelque 1 million de £ des coûts de pré-ouverture, a en grande partie contre-balançé l'inflation des coûts, ce qui s'est traduit par une chute des résultats de 35,3 % à 14 millions de £.

En **Russie**, le chiffre d'affaires a progressé de 17,4 % à 91 millions de £ (+13,0 % à surface constante), grâce à la vigueur du marché et à l'augmentation de la surface de vente. La perte d'exploitation s'est élevée à 4 millions de £ (2012/13 : perte publiée de 5 millions de £). En Turquie, Koçtaş, joint-venture dans laquelle Kingfisher détient une participation de 50 %, a publié un résultat à l'équilibre, atone en glissement annuel, avec un chiffre d'affaires en progression de 4,3 % (+2,9 % à surface constante). En **Espagne**, le chiffre



d'affaires a progressé de 14,2 % (-6,1 % à surface constante) à 68 millions de £, l'ouverture de nouveaux magasins ayant permis de compenser la morosité du marché. Dans ce pays également, le Groupe a publié un résultat à l'équilibre (2012/13 : résultat publié de 1 million de £). **Hornbach**, dans lequel Kingfisher détient une participation de 21 %, a apporté une contribution de 5 millions de £ à la perte d'exploitation (2012/13 : perte publiée de 5 millions de £).

B&Q Chine a enregistré un chiffre d'affaires en progression de 9,1 % à 77 millions de £ (+9,5 % à surface constante), soutenu par les nouvelles campagnes promotionnelles et par l'embellie du marché immobilier. La perte d'exploitation s'est élevée à 7 millions de £ (2012/13 : perte publiée de 5 millions de £) ce qui traduit le coût de 1 million de £ des travaux liés au test de nouveaux formats de magasins, en prévision de l'ouverture en mars de cette année ainsi qu'à la diminution de 1 million de £ du revenu locatif des surfaces commerciales vacantes sous-louées.

RÉSUMÉ DES CHIFFRES DU T1 2013/14 PAR ZONES GÉOGRAPHIQUES

Au 4 mai 2013	Nombre de magasins	Espace de vente (milliers de m ²)	Employés (ETP)
Castorama	104	1 103	11 947
Brico Dépôt	105	583	6 901
France	209	1 686	18 848
B&Q Royaume-Uni & Irlande	356	2 565	21 793
Screwfix	283	20	3 893
Royaume-Uni & Irlande	639	2 585	25 686
Pologne	72	529	10 764
Chine	39	322	4 156
Espagne	21	123	1 073
Russie	19	170	2 344
Joint-venture en Turquie	37	194	3 270
International	188	1 338	21 607
Total Groupe	1 036	5 609	66 141

	Chiffre d'affaires 2013/14 (en M£)	Var. totale publiée (en %)	Var. totale à tx de change constant (en %)	Var. à surface et tx de change constants (en %)
Castorama	597	0,7 %	(2,3) %	(4,1) %
Brico Dépôt	482	(2,8) %	(5,7) %	(7,3) %
France	1 079	(0,9) %	(3,8) %	(5,6) %
B&Q Royaume-Uni & Irlande	913	(5,6) %	(5,7) %	(5,6) %
Screwfix	155	12,6 %	12,6 %	1,7 %
Royaume-Uni & Irlande	1 068	(3,4) %	(3,4) %	(4,7) %
Pologne	240	2,0 %	(1,3) %	(4,2) %
Chine	77	14,8 %	9,1 %	9,5 %
Russie	91	16,8 %	17,4 %	13,0 %
Espagne	68	17,6 %	14,2 %	(6,1) %
International	476	8,6 %	5,6 %	0,7 %
Total Groupe	2 623	(0,4) %	(2,1) %	(4,2) %

Le chiffre d'affaires des joint-ventures (Koçtaş) et des sociétés mises en équivalence (Hornbach) n'est pas consolidé.

	Résultat opérationnel (en M£) 2013/14	Var. totale publiée (en %)	Var. totale à tx de change constant (en %)	Marge d'exploita tion (en %) 2013/14	Marge d'exploita tion (en %) 2012/13
France	66	(14,4) %	(16,9) %	6,1 %	7,2 %
Royaume-Uni & Irlande⁽¹⁾	50	(32,1) %	(32,0) %	4,7 %	6,7 %
Pologne	14	(33,1) %	(35,3) %	5,8 %	8,9 %
Chine	(7)	(41,4) %	(34,3) %	(9,1) %	(7,5) %
Espagne	-	(46,3) %	(47,9) %	-	1,7 %
Russie	(4)	24,9 %	24,5 %	(4,4) %	(6,5) %
Joint-venture en Turquie	-	n/a	n/a	n/a ⁽²⁾	n/a ⁽²⁾
Hornbach	(5)	(24,7) %	(21,0) %	n/a ⁽²⁾	n/a ⁽²⁾
International	(2)	n/a	n/a	(0,4) %	1,6 %
Total Groupe	114	(28,0) %	(29,2) %	4,3 %	6,0 %

⁽¹⁾ Points de comparaison 2012/13 retraités de 1 M£ pour prendre en compte le reclassement en résultat opérationnel des frais administratifs liés aux régimes de retraite, auparavant classés en frais financiers, conformément à la norme IAS 19 révisée.

⁽²⁾ Non applicable car le chiffre d'affaires des joint-ventures (Koçtaş) et des sociétés mises en équivalence (Hornbach) n'est pas consolidé.

Taux de change moyens par rapport à la livre sterling

	2013/14	2012/13
Euro	1,17	1,20
Zloty polonais	4,85	5,01
Renminbi chinois	9,50	10,00
Rouble russe	47,14	46,90
Livre turque	2,75	2,82

CRÉER LE LEADER

De nouveaux progrès ont été accomplis dans notre programme de développement à moyen terme, suivant les 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 »

De nouveaux détails sur l'avancement de ce programme seront fournis avec les résultats intérimaires pour la clôture du premier semestre au 3 août 2013.

SITUATION FINANCIÈRE

Aucun événement ou transaction significatif n'a eu d'impact sur la situation financière solide du Groupe depuis le bilan avant audit au 2 février 2013 annoncé auparavant.

POUR TOUS RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES :

Ian Harding, Directeur de la Communication Groupe	020 7644 1029
Sarah Levy, Responsable Communication Actionnaires et Investisseurs	020 7644 1032
Nigel Cope, Responsable Communication Externe	020 7644 1030
Matt Duffy, Directeur Communication Actionnaires et Investisseurs	020 7644 1082
Clare Haines, Chargée de la Communication externe	020 7644 1286
Brunswick	020 7404 5959

Des copies supplémentaires de ce communiqué peuvent être téléchargées sur notre site Internet www.kingfisher.com ou 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.