

EMBARGO JUSQU'À 7 HEURES
Jeudi 3 décembre 2009

Kingfisher plc publie aujourd'hui son rapport d'activité du troisième trimestre, correspondant à la période de 13 semaines close le 31 octobre 2009. Le chiffre d'affaires total déclaré progresse de 5,6% (+0,8% à surface constante) et le résultat opérationnel de 28%

<u>Principaux chiffres consolidés</u>	CA distribution	Variation totale en %	Variation totale en %	Variation à surface constante en %	Résultat opérationnel	Variation totale en %	Variation totale en %
	2009/10 en m£	(déclarée)	(à taux de change constant)	(à taux de change constant)	2009/10 en m£	(déclarée)	(à taux de change constant)
France	1 115	8,9%	(0,5)%	(2,4)%	126	19,5%	8,0%
Royaume-Uni et Irlande	1 092	4,7%	4,4%	3,9%	46	26,8%	26,9%
International	486	0,6%	4,8%	2,0%	55	56,8%	85,0%
Total Groupe	2 693	5,6%	2,4%	0,8%	227	28,3%	23,4%

Remarques : Activités poursuivies uniquement. 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, intérêts, éléments exceptionnels, amortissement des écarts d'acquisition, part (et impôt) des joint-ventures et quote-part (et impôt) des sociétés mises en équivalence.

Faits marquants (à taux de change constants) :

- Le chiffre d'affaires total du Groupe a progressé de 2,4%, grâce au dynamisme des ventes chez B&Q Royaume-Uni et en Pologne.
- Le résultat opérationnel du Groupe a augmenté de 23,4%, avec une croissance solide sur tous les marchés.
- En France, le chiffre d'affaires a légèrement reculé mais le résultat opérationnel a progressé de 8,0% à la faveur d'une nouvelle amélioration des marges induite par des réductions de coûts.
- Au Royaume-Uni et en Irlande, le chiffre d'affaires a progressé de 4,4% et le résultat opérationnel de 26,9%. Chez B&Q, la croissance du chiffre d'affaires ressort à 6,3%, soit +5,7% à surface constante, et celle du résultat opérationnel à 45,2%, sous l'effet de l'augmentation des volumes de ventes et de nouvelles mesures de rationalisation des coûts.
- A l'international, les activités en Europe de l'Est affichent une croissance vigoureuse du chiffre d'affaires et du résultat. En Chine, le plan de repositionnement progresse comme prévu et a permis ce trimestre de réduire les pertes sur ce marché de plus de 50%.
- La dette nette déclarée a reculé à 0,2 milliard de £ (31 janvier 2009 : 1 milliard de £) sous l'effet d'une réduction du fonds de roulement, d'un remboursement exceptionnel d'impôt de 169 millions d'euros*, du dynamisme de l'activité commerciale et du recul de l'investissement net.
- L'actif net déclaré ressort à 5,0 milliards de £ (31 janvier 2009 : 4,8 milliards de £).

Commentaire de Ian Cheshire, Directeur général de Kingfisher :

« Ces bons résultats traduisent la performance satisfaisante de nos activités en France, en Pologne et chez B&Q au Royaume-Uni. La stratégie internationale adoptée de longue date s'avère clairement payante, puisqu'aujourd'hui 80% de notre bénéfice trimestriel est

généralisé ailleurs qu'au Royaume-Uni et en Irlande. Les initiatives de rationalisation mises en œuvre ont continué de doper la rentabilité et la génération de trésorerie à tous les niveaux du Groupe.

« Nous avons accompli des progrès sur nos axes prioritaires, Management, Structure financière et Rentabilité. L'équipe dirigeante, renforcée par plusieurs nominations stratégiques, est aujourd'hui au complet. Nous avons réduit la dette nette de 90% depuis début 2008. Enfin, notre programme en sept étapes visant à améliorer la rentabilité (« Créer de la Valeur ») est fermement sur les rails et ses résultats sont encourageants.

S'agissant de l'avenir, nous continuons de miser sur nos propres initiatives pour soutenir la performance et accroître la valeur actionnariale, sans tabler sur une amélioration de la demande des ménages dans l'immédiat. »

« Créer de la Valeur » – Progrès accomplis au troisième trimestre

Notre objectif consiste à accroître la valeur actionnariale en mettant l'accent sur trois axes stratégiques : **Management, Structure financière et Rentabilité.**

Au troisième trimestre, un certain nombre de changements sont intervenus au sein de l'équipe de direction du Groupe. En début de période, Janusz Lella nous a rejoint en qualité de directeur général Pologne, remplaçant Claude Acquart qui a pris sa retraite. Janusz était auparavant directeur opérationnel de M.video en Russie. Il possède une vaste expérience de la distribution en Pologne et dans d'autres pays d'Europe de l'Est. En Chine, Loïc Dubois a été nommé directeur général en remplacement de Matt Tyson, qui prendra sa retraite l'année prochaine. Loïc compte une expérience de 28 ans de la grande distribution chez Carrefour, dont 15 ans à des postes de direction en Asie, notamment en tant que directeur général de Carrefour en Chine. Peu après la clôture du trimestre, Alain Souillard a été nommé directeur général de Brico Dépôt en France, venant de Carrefour, où il était responsable de la division des hypermarchés français.

D'excellents progrès ont été accomplis dans la réduction du fonds de roulement, notamment au Royaume-Uni et en France. Grâce à un remboursement d'impôt de 169 millions d'euros* des autorités fiscales françaises, au dynamisme persistant de l'activité et à la réduction de l'investissement net, la dette nette est retombée à 0,2 milliard de £, soit une chute de 90% depuis le pic atteint début 2008. Bien qu'une augmentation saisonnière de la dette nette soit attendue d'ici la fin de l'année, le niveau de la dette nette devrait ressortir aux alentours de 0,3 milliard de £ en fin d'exercice, soit moins qu'initialement prévu. Malgré ces bons résultats, nous maintenons notre détermination à continuer d'améliorer la structure financière, notamment la couverture des charges fixes et d'autres mesures usuelles de la qualité de crédit.

**Le 7 septembre, suite à une décision de justice favorable en France, le Groupe a reçu le remboursement d'un impôt exceptionnel de 138 millions d'euros payé par Kingfisher en 2003/04 au titre de la scission de Kesa Electricals ainsi qu'un autre remboursement d'un montant de 31 millions d'euros. Les autorités fiscales françaises ont entamé une procédure en appel contre cette décision de justice.*

De nouveaux progrès ont été accomplis dans le cadre du programme en sept étapes « Créer de la Valeur », destiné à améliorer le retour sur investissements et à accroître durablement la valeur actionnariale. Les principales composantes de ce programme sont les suivantes :

1. Améliorer la rentabilité de B&Q au Royaume-Uni
2. Exploiter les opportunités du marché professionnel au Royaume-Uni
3. Développer l'ensemble de nos activités en France
4. Poursuivre la croissance en Europe de l'Est
5. Remettre B&Q Chine dans la bonne direction
6. Développer le sourcing Groupe
7. Réduire le fonds de roulement

Le détail des progrès accomplis sera communiqué lors de l'annonce du résultat de l'exercice, en mars 2010.

Revue opérationnelle - FRANCE

Chiffre d'affaires en m£	2009/10	2008/09	Variation (déclarée)	Variation (à taux de change constant)	Variation à surface constante
			en %	en %	en %
France	1 115	1 024	8,9%	(0,5)%	(2,4)%

Résultat opérationnel en m£	2009/10	2008/09	Variation (déclarée)	Variation (à taux de change constant)
			en %	en %
France	126	105	19,5%	8,0%

Les chiffres de la France comprennent Castorama et Brico Dépôt.

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

Kingfisher France

Dans un environnement commercial déprimé, le chiffre d'affaires total de Kingfisher France est resté stable à 1,1 milliard de £ (-2,4% à surface constante, -1,8% à surface comparable). Selon les statistiques de la Banque de France*, les ventes à surface comparable des GSB ont reculé d'environ 2,1%.

Le résultat opérationnel a progressé de 8,0% à 126 millions de £. Les marges brutes sont restées globalement inchangées, la pénétration croissante des marques propres dans le total des ventes et l'optimisation des achats ayant compensé l'effet du renforcement de l'activité promotionnelle dans les deux enseignes. La marge opérationnelle a bénéficié des mesures destinées à optimiser les coûts variables des magasins et à réduire les charges d'un montant conforme à l'objectif de 65 millions d'euros en année pleine.

**Statistiques de la Banque de France telles que récemment revues, pour la période d'août à octobre 2009. Ces statistiques incluent les déménagements de magasins et les extensions de la surface commerciale.*

Le programme de redynamisation a permis au chiffre d'affaires total déclaré de **Castorama** de progresser de 0,7% à 584 millions de £ (-0,8% à surface constante, inchangé à surface comparable). Les magasins au nouveau format, soit actuellement 57% de la surface commerciale totale, continuent de générer des performances plus élevées que les autres points de vente.

L'offre en magasins continue d'évoluer. Malgré la médiocrité de l'environnement commercial, illustrée par le recul d'environ 1% des ventes d'articles non saisonniers quasiment toutes catégories confondues, les nouvelles gammes ont rencontré un certain succès. Les produits à économie d'énergie (par exemple les nouvelles gammes de chauffage et d'ampoules), qui représentent plus de 10% du chiffre d'affaires, et les accessoires de cuisine ont ainsi enregistré des performances particulièrement solides. Les catégories saisonnières (+1,0% à surface constante) ont également bénéficié de la météo clémente et du lancement d'un nouveau catalogue.

La réduction du fonds de roulement s'est poursuivie à un rythme soutenu au troisième trimestre. Le nombre de jours de stocks a ainsi diminué de 17 en rythme annuel, suivant l'exemple d'un programme similaire de réduction des stocks mis en œuvre par B&Q Royaume-Uni et passant par des rationalisations au niveau du parc de magasins comme de la chaîne d'approvisionnement.

Le chiffre d'affaires total de **Brico Dépôt**, qui cible plus particulièrement une clientèle professionnelle, a reculé de 1,7% à 531 millions de £ (-4,1% à surface constante). La demande professionnelle reste affectée par le ralentissement des mises en chantier de logements (en baisse de 21%) et des permis de construire pour les grands projets (en recul de 18%). Plusieurs initiatives ont permis des améliorations satisfaisantes. C'est notamment le cas d'un catalogue actualisé, des nouvelles gammes (par exemple cuisines, où les ventes ont progressé de 10% à surface constante) et des opérations « arrivages » (promotions ponctuelles sur certains articles) qui rencontrent un franc succès commercial.

Revue opérationnelle – ROYAUME-UNI ET IRLANDE

Chiffre d'affaires en m£	2009/10	2008/09	Variation (déclarée)	Variation (à taux de change constant)	Variation à surface constante
			en %	en %	en %
Royaume-Uni et Irlande	1 092	1 043	4,7%	4,4%	3,9%

Résultat opérationnel en m£	2009/10	2008/09	Variation (déclarée)	Variation (à taux de change constant)
			en %	en %
Royaume-Uni et Irlande	46	36	26,8%	26,9%

Les chiffres du Royaume-Uni et de l'Irlande comprennent B&Q au Royaume-Uni et en Irlande et Screwfix. Les chiffres de l'exercice précédent incluent l'essai pilote Trade Depot, aujourd'hui terminé, et ont été recalculés pour inclure l'Irlande. Tous les commentaires concernant l'activité ci-dessous s'entendent à taux de change constant.

Kingfisher Royaume-Uni et Irlande

Le chiffre d'affaires total a progressé de 4,4% à 1 092 millions de £ (+3,9% à surface constante) et le résultat opérationnel a augmenté de 26,9%, porté par le dynamisme des ventes, l'amélioration de la marge brute et les nouveaux programmes de réduction des coûts. Profitant de la météo plus clémente ainsi que du regain d'intérêt des consommateurs pour les produits de bricolage et d'aménagement de la maison, le marché britannique de l'aménagement de la maison a relativement bien résisté à la récession

actuelle. En revanche, le segment professionnel britannique et le marché irlandais sont restés moins bien orientés.

Le chiffre d'affaires total déclaré de **B&Q Royaume-Uni et Irlande** a progressé de 6,3% à 970 millions de £ (+5,7% à surface constante). Les ventes d'articles de bricolage et de produits de décoration ont relativement bien résisté (+1% environ), à la faveur de l'intérêt croissant des consommateurs pour le bricolage et des liquidations de stocks. Les ventes sur les segments à prix plus élevé ont progressé de quelque 11% (par exemple sur les cuisines et équipements, en hausse de 27%), grâce à un merchandising plus séduisant, au lancement de nouvelles gammes, au dynamisme des ventes des magasins grand format rénovés et à la disparition d'un concurrent sur ce marché. Les ventes de produits de plein air ont augmenté de 11% (contre une baisse de 17% des ventes d'articles saisonniers en 2008/09).

Le résultat opérationnel ressort à 43 millions de £, en hausse de 45,2%. Les marges brutes ont continué de profiter de l'amélioration des ventes de produits à plus forte marge, de la réduction des écarts d'inventaire et de l'optimisation des coûts sur la chaîne d'approvisionnement. Toutefois, après les charges exceptionnelles induites par la liquidation du stock d'articles « top stocks »* placés en hauteur, au-dessus des linéaires - dans l'ensemble des magasins et l'accroissement des activités promotionnelles, la marge brute a cédé 60 points de base (contre +150 pb en 2008/09). La gestion volontariste des coûts opérationnels a permis de maintenir les charges inchangées par rapport au troisième trimestre de l'exercice précédent, en dépit d'un volume de ventes plus élevé que prévu et d'une augmentation des primes versées au personnel par rapport à l'année précédente. Les primes versées au personnel devraient d'ailleurs continuer d'augmenter au quatrième trimestre, compte tenu de l'excellente performance de B&Q en 2009/10.

La rénovation complète d'un magasin a été finalisée au troisième trimestre, ainsi que la rénovation partielle de 49 autres magasins. La rénovation partielle se limite aux principaux espaces d'exposition (cuisines, salles de bain et chambres à coucher). Par ailleurs, deux magasins de format intermédiaire ont également été rénovés. B&Q Royaume-Uni et Irlande compte actuellement 119 magasins grand format (dont 66 au nouveau format) et 211 magasins de format intermédiaire (dont 184 ont été rénovés).

**Stocks conservés en magasins au-dessus des linéaires*

Segment professionnel

Screwfix n'a pas été trop sévèrement affecté par la médiocrité du marché professionnel. Son chiffre d'affaires total a cédé 3,8% à 122 millions de £, soutenu par la poursuite du déploiement de points de vente et le lancement de « Plumbfix » et « Electricfix », les nouveaux catalogues de vente par correspondance destinés à une clientèle professionnelle. Deux points de vente ont été inaugurés au troisième trimestre, ce qui porte leur total à 147. Les points de vente réalisent désormais près de 60% du chiffre d'affaires total.

L'essai pilote de comptoirs professionnels (« Trade Point ») dans les magasins B&Q a été élargi à trois nouveaux magasins au troisième trimestre et concerne donc sept magasins au total. Les résultats de cet essai pilote restent encourageants.

Revue opérationnelle - INTERNATIONAL

Chiffre d'affaires en m£	2009/10	2008/09	Variation (déclarée)	Variation (à taux de change constant)	Variation à surface constante
			en %	en %	en %
International	486	484	0,6%	4,8%	2,0%

Résultat opérationnel en m£	2009/10	2008/09	Variation (déclarée)	Variation (à taux de change constant)
			en %	en %
International	55	35	56,8%	85,0%

L'international comprend la Pologne, la Chine, l'Espagne, la Russie, la joint-venture en Turquie et Hornbach en Allemagne. Activités poursuivies uniquement. Le chiffre d'affaires des joint-ventures et des sociétés mises en équivalence n'est pas consolidé. Les chiffres de l'exercice précédent ont été recalculés pour exclure l'Irlande.

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

Le chiffre d'affaires à l'**international** a progressé de 4,8% à 486 millions de £ (+2,0% à surface constante). Par rapport au troisième trimestre de l'exercice précédent, le nombre de magasins a diminué de neuf unités (hors joint-venture en Turquie). Le résultat opérationnel a bondi de 85,0% à 55 millions de £, reflétant le dynamisme persistant des activités en Pologne, en Espagne et chez Hornbach (détenu à hauteur de 21%) ainsi qu'une diminution des pertes en Chine.

Europe de l'Est

En Pologne, le chiffre d'affaires a progressé de 8,5% à 294 millions de £ (+1,0% à surface constante en dépit d'une hausse de déjà +10,1% l'an dernier) et le résultat opérationnel a augmenté de 18,4% à 43 millions de £. Cette amélioration est attribuable notamment au dynamisme des ventes aux particuliers dans la décoration (+4,8% à surface constante) ainsi qu'au succès du nouveau catalogue jardinage. Les marges brutes ont profité des ventes de produits à plus forte marge et des économies d'échelle réalisées au niveau de l'approvisionnement. Grâce à une gestion rigoureuse des coûts, les charges ont progressé moins rapidement que le chiffre d'affaires. La Russie a continué de réaliser des performances encourageantes, avec une progression du chiffre d'affaires de 10,5% à 45 millions de £ malgré l'essoufflement du marché. En Turquie, le résultat opérationnel de Koçtaş (joint-venture dont Kingfisher détient 50%) a progressé à la faveur d'une gestion rigoureuse des coûts, en dépit d'une baisse du chiffre d'affaires (-3,0% à surface constante) sur fond d'atonie de la demande. Au troisième semestre, trois magasins ont été inaugurés, un en Pologne (Castorama), un en Russie et un en Turquie.

L'**Espagne** a continué d'afficher un résultat opérationnel positif et une progression de 26,6% du chiffre d'affaires à 52 millions de £. **Hornbach**, dont Kingfisher détient 21%, a contribué au résultat opérationnel à hauteur de 13 millions de £, soit une hausse de 12,3%.

Le chiffre d'affaires de **B&Q Chine** a reculé de 12,0% à 95 millions de £ (+4,7% à surface constante, contre -32,2% en 2008/09), essentiellement du fait que le nombre de magasins a été réduit de 18 unités depuis le trimestre de comparaison. La perte opérationnelle, en nette diminution, ressort à 7 millions de £ (perte en 2008/09 : 17 millions de £). Le

redressement du marché du logement dans la plupart des régions a soutenu la demande sur le segment de l'aménagement de la maison .

Le plan de repositionnement annoncé à lors de la publication du résultat préliminaire en mars 2009 reste sur les rails. Au troisième trimestre, les rationalisations des points de vente se sont poursuivies, le nombre de magasins à été réduit à 47 (31 janvier 2009 : 63) et les initiatives de réduction des charges centrales progressent de manière satisfaisante. De plus amples détails concernant les progrès accomplis dans le cadre du plan de repositionnement seront communiqués lors de l'annonce du résultat préliminaire, en mars 2010.

Revue opérationnelle - STATISTIQUES PAR PAYS au 31 octobre 2009

	Nombre de magasins	Surface commerciale (en milliers de m ²)	Effectifs (ETP)
Castorama	101	1 011	11 719
Brico Dépôt	100	547	6 617
Total France	201	1 558	18 336
B&Q Royaume-Uni et Irlande	330	2 472	23 701
Screwfix	147	13	2 628
Total Royaume-Uni et Irlande	477	2 485	26 329
Pologne	54	408	8 987
Chine	47	431	7 630
Espagne	16	95	869
Russie	9	81	1 750
Joint-venture en Turquie	24	128	2 246
Total International	150	1 143	21 482
Total	828	5 186	66 147

Revue opérationnelle – Période de 36 semaines close le 31 octobre 2009

	CA 2009/10 m£	Variation totale (déclarée) en %	Variation totale (à taux de change constant) en %	% LFL (à taux de change constant) en %	Résultat opérationnel 2009/10 m£	Variation totale (déclarée) en %	Variation totale (à taux de change constant) en %
France	3 324	12,7%	(0,1)%	(3,1)%	272	16,7%	3,6%
Royaume-Uni et Irlande	3 493	2,5%	2,2%	1,0%	194	50,2%	50,1%
International	1 378	4,3%	5,4%	(1,4)%	108	18,1%	47,6%
Total Groupe	8 195	6,7%	1,8%	(1,1)%	574	26,6%	23,4%

2009/10 : 1£ = 1,13 euro (2008/09 : 1 £ = 1,27 euro)

2009/10 : 1£ = 4,94 zlotys polonais (2008/09 : £1 = 4,35 zlotys polonais)

2009/10 : 1£ = 10,67 renminbis chinois (2008/09 : £1 = 13,32 renminbis chinois)

Remarques : Activités poursuivies uniquement. 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, intérêts, éléments exceptionnels, amortissement des écarts d'acquisition, part (et impôt) des joint-ventures et quote-part (et impôt) des sociétés mises en équivalence.

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.

Pour tout renseignement complémentaire :

Ian Harding, Directeur de la Communication Groupe	020 7644 1029
Nigel Cope, Responsable Communication Externe	020 7644 1030
Sarah Gerrand, Responsable Communication Actionnaires et Investisseurs	020 7644 1032

Notre Groupe :

Kingfisher plc est le premier distributeur européen de produits d'aménagement de la maison et le troisième mondial avec près de 830 magasins dans huit pays d'Europe et d'Asie. Ses principales enseignes sont B&Q, Castorama, Brico Dépôt et Screwfix. Kingfisher a également une alliance stratégique et une participation de 21% dans Hornbach, leader allemand de la distribution de bricolage en magasin entrepôt.

L'original en anglais de ce communiqué peut être téléchargé sur notre site Internet, www.kingfisher.com, ou obtenu à l'adresse suivante : The Company Secretary, Kingfisher plc, 3 Sheldon Square, Londres, W2 6PX.

