

jeudi 3 juin 2010

**Kingfisher plc publie aujourd'hui son rapport d'activité du premier trimestre, correspondant à la période de 13 semaines close le 1<sup>er</sup> mai 2010. Le chiffre d'affaires total déclaré est stable (-1,8% à surface constante) et le résultat opérationnel progresse de 14,5%.**

<u>Principaux chiffres consolidés</u>	Chiffre d'affaires	Variation totale en %	Variation totale en %	Variation à surface constante en %	Résultat opérationnel	Variation totale en %	Variation totale en %
	2010/11 en m£	(déclarée)	(à taux de change constants)	(à taux de change constants)	2010/11 en m£	(déclarée)	(à taux de change constants)
France	1 065	0,1%	2,2%	0,2%	60	14,7%	17,0%
Royaume-Uni et International	1 166	(2,0)%	(2,0)%	(2,8)%	72	13,1%	13,2%
	411	6,4%	(0,7)%	(3,8)%	14	21,1%	(9,5)%
<b>Total</b>	<b>2 642</b>	<b>0,0%</b>	<b>(0,2)%</b>	<b>(1,8)%</b>	<b>146</b>	<b>14,5%</b>	<b>12,0%</b>

*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 du Groupe est resté globalement stable, malgré des conditions climatiques défavorables en Europe.
- Le résultat opérationnel du Groupe a augmenté de 12,0%, sous l'effet de mesures d'optimisation des marges et de réduction des coûts.
- La trésorerie nette ressort à 86 millions de £ (contre une dette financière nette de 250 millions de £ au 30 janvier 2010), une position qui traduit la priorité accordée à la génération de trésorerie ainsi que la réduction saisonnière du fonds de roulement.

#### **Commentaire d'Ian Cheshire, directeur général de Kingfisher :**

« Malgré un premier trimestre difficile pour la consommation, doublement affectée par les conditions climatiques défavorables en Europe et par l'incertitude conjoncturelle persistante, la croissance de notre résultat est restée solide.

« Les ventes du début du trimestre ont pâti des fortes chutes de neige, puis la vague de froid s'est prolongée, retardant le début de la saison des articles de plein air. Le contexte s'est donc avéré bien différent de celui du premier trimestre 2009, caractérisé par une météo favorable. Grâce aux efforts internes, nous sommes cependant parvenus à stabiliser les ventes, à améliorer les marges brutes et à réduire les coûts, ce qui nous permet d'afficher un bénéfice en hausse de 12%.

« Malgré ce début d'année satisfaisant, le plus gros reste à faire, le premier trimestre étant généralement celui qui a le moins d'impact sur notre résultat annuel. Les difficultés que nous entrevoyions en début d'année semblent devoir persister, mais nous sommes bien préparés pour y faire face. »

## Revue opérationnelle du premier trimestre – FRANCE

CA en m£	2010/11	2009/10	Variation (déclarée)	Variation (à taux de change constant)	Variation à surface constante
			en %	en %	en %
France	1 065	1 064	0,1%	2,2%	0,2%

Résultat opérationnel en m£	2010/11	2009/10	Variation (déclarée)	Variation (à taux de change constant)
			en %	en %
France	60	53	14,7%	17,0%

Les chiffres de la France comprennent Castorama et Brico Dépôt.  
2010/11 : 1£ = 1,13 euro (2009/10 : 1£ = 1,11 euro)

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

### Kingfisher France

Le chiffre d'affaires total de Kingfisher France a progressé de 2,2% à 1,1 milliard de £ (+0,2% à surface constante, +0,6% à surface comparable). Selon les statistiques de la Banque de France\*, les ventes à surface comparable des GSB ont augmenté d'environ 1%. Sur le marché français, le Groupe a inauguré un nouveau magasin et en a rénové deux autres, accroissant ainsi sa surface commerciale d'environ 1%.

Le recul de l'activité promotionnelle par rapport au premier trimestre 2009, l'accroissement des approvisionnements directs et l'optimisation des achats ont permis d'améliorer la marge brute d'environ 100 points de base et donc au résultat opérationnel de progresser de 17,0% à 60 millions de £.

\*Les statistiques de la Banque de France incluent les déménagements de magasins et les extensions de la surface commerciale. Ces statistiques ne tiennent pas compte du marché professionnel de gros.

Chez **Castorama**, l'avancement du programme de rénovation des magasins, le lancement de nouvelles gammes et d'une nouvelle campagne marketing ont permis au chiffre d'affaires de progresser de 4,0% à 585 millions de £ (+2,0% à surface constante, +2,8% à surface comparable). Les catégories saisonnières (+7% environ) ont bénéficié de l'amélioration de la météo en fin de trimestre et des nouvelles gammes de mobilier de jardin. Dans les catégories non saisonnières, les ventes ont augmenté de 1% environ, les articles de décoration affichant une évolution particulièrement satisfaisante.

Le chiffre d'affaires total déclaré de **Brico Dépôt**, enseigne qui cible plus particulièrement le marché professionnel, est resté stable à 480 millions de £ (-1,9% à surface constante). Les gammes de cuisines lancées l'année dernière ont rencontré un franc succès (+15%). Un programme plus ambitieux de redynamisation des gammes a débuté au cours du trimestre. Enfin, Brico Dépôt a lancé de nouveaux catalogues à parution plus fréquente, mettant ainsi l'accent sur le rapport qualité/prix de ses produits.

## Revue opérationnelle du premier trimestre - ROYAUME-UNI ET IRLANDE

Chiffre d'affaires en m£	2010/11	2009/10	Variation (déclarée)	Variation (à taux de change constant)	Variation à surface constante
			en %	en %	en %
Royaume-Uni et Irlande	1 166	1 191	(2,0)%	(2,0)%	(2,8)%

Résultat opérationnel en m£	2010/11	2009/10	Variation (déclarée)	Variation (à taux de change constant)
			en %	en %
Royaume-Uni et Irlande	72	63	13,1%	13,2%

*Le Royaume-Uni et de l'Irlande comprennent B&Q au Royaume-Uni et en Irlande et Screwfix.  
2010/11 : 1£ = 1,13 euro (2009/10 : 1£ = 1,11 euro)*

*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 cédé 2,0% à 1 166 millions de £ (-2,8% à surface constante), impacté par des marchés atones, une activité promotionnelle renforcée et des perturbations liées à la pré-ouverture des comptoirs TradePoint dans les magasins grand format de B&Q. En revanche, des initiatives en faveur des marges brutes et de la rationalisation des coûts ont permis au résultat opérationnel de progresser de 13,2%.

Dans l'ensemble, avec un repli d'environ 1%, le marché britannique de l'aménagement de l'habitat\* a relativement bien résisté à la météo peu clémente et aux incertitudes conjoncturelles. En revanche, sur le segment professionnel britannique et le marché irlandais, les conditions sont restées particulièrement difficiles.

*\*Les statistiques de marché (février – avril 2010) proviennent de GfK et regroupent les principales sociétés britanniques de distribution dans le secteur de l'aménagement de l'habitat (nouvelles surfaces de vente incluses). Toutefois, ces statistiques excluent des distributeurs tels qu'IKEA ainsi que les petits commerces indépendants.*

Le chiffre d'affaires total de **B&Q Royaume-Uni et Irlande** a reculé de 2,1% à 1 048 millions de £ (-2,8% à surface constante). Malgré un contexte peu porteur, les ventes sont restées globalement stables sur le segment des projets les plus chers (showrooms). Les ventes de cuisines et d'accessoires de cuisine ont progressé de 6%, grâce à un merchandising plus séduisant, au lancement de nouvelles gammes et à des promotions ciblées. En repli d'environ 1%, les ventes d'articles de décoration ont elles aussi relativement bien résisté. En revanche, les ventes d'articles saisonniers et de produits de construction ont reculé d'environ 5%, victimes de la météo et de points de comparaison déjà élevés (les ventes d'articles de plein air avaient en effet bondi de plus de 30% au premier trimestre 2009/10).

Le résultat opérationnel a progressé de 12,0% à 67 millions de £. La marge brute a augmenté pour la deuxième année consécutive de 90 points de base (après +100 points de base en 2009/10), malgré l'augmentation de l'activité promotionnelle. Les marges brutes ont profité de l'accroissement des ventes de produits à plus forte marge, de la diminution persistante des écarts d'inventaire et de l'augmentation des

approvisionnement directs. La poursuite d'une gestion rigoureuse des coûts opérationnels a permis de réduire les charges dans la même proportion que la baisse du chiffre d'affaires liée au recul des ventes.

Un magasin grand format et un autre au format intermédiaire ont fini d'être rénovés au premier trimestre. B&Q Royaume-Uni et Irlande compte désormais 119 magasins grand format (dont 67 au nouveau format) et 211 magasins au format intermédiaire (dont 185 ont été rénovés).

Le déploiement de l'offre **TradePoint** dans les magasins B&Q annoncé lors de la publication des résultats préliminaires en mars 2010 se poursuit. Cette nouvelle formule associe le meilleur de B&Q (extension des horaires d'ouverture, emplacement des magasins, gammes de matériaux de construction, showrooms et autres produits destinés aux particuliers) aux choix des gammes et à l'expertise logistique de Screwfix pour offrir aux clients professionnels des gammes élargies et des prix adaptés qui leur sont exclusivement réservés. Cette offre, sans équivalent au Royaume-Uni, devrait doper la part de marché encore faible de Kingfisher sur le segment professionnel.

La couverture nationale de TradePoint au sein des magasins B&Q grand format est prévue d'ici la fin de l'été 2010. Elle devrait mobiliser un investissement de l'ordre de 26 millions de £ et un fonds de roulement net d'environ 4 millions de £. L'impact du déploiement devrait être sans incidence sur le résultat 2010/11. A la fin du premier trimestre, 55 TradePoints ont été finalisés.

**Screwfix** a bien surmonté la difficulté du marché professionnel puisque son chiffre d'affaires total a reculé de 0,8% seulement à 118 millions de £, grâce à de nouvelles gammes et à 64 nouveaux comptoirs professionnels, réservés exclusivement aux plombiers et électriciens et implantés dans les points de vente actuels. Deux nouveaux comptoirs ont été inaugurés au premier trimestre, ce qui porte leur nombre à 149. Les comptoirs génèrent désormais environ 60% du chiffre d'affaires total. Le résultat opérationnel est ressorti à 5 millions de £, soit une hausse de 2 millions de £ traduisant l'optimisation de la distribution et la gestion rigoureuse des coûts.

## Revue opérationnelle du premier trimestre - INTERNATIONAL

Chiffre d'affaires en m£	2010/11	2009/10	Variation (déclarée)	Variation (à taux de change constant)	Variation à surface constante
			en %	en %	en %
International	411	386	6,4%	(0,7)%	(3,8)%

Résultat opérationnel en m£	2010/11	2009/10	Variation (déclarée)	Variation (à taux de change constant)
			en %	en %
International	14	12	21,1%	(9,5)%

*L'International comprend la Pologne, la Chine, l'Espagne, la Russie, le joint-venture en Turquie et Hornbach en Allemagne. Opérations poursuivies uniquement. Le chiffre d'affaires des joint-ventures et des sociétés mises en équivalence n'est pas consolidé.*

*2010/11 : 1£ = 1,13 euro (2009/10 : 1£ = 1,11 euro)*

*2010/11 : 1£ = 4,44 zlotys polonais (2009/10 : 1£ = 5,04 zlotys polonais)*

*2010/11 : 1£ = 10,47 renminbis chinois (2009/10 : 1£ = 9,88 renminbis 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 reculé de 0,7% à 411 millions de £ (-3,8% à surface constante). Par rapport au premier trimestre de l'exercice précédent, le nombre de magasins a été réduit de 10 (hors joint-venture en Turquie), conséquence du programme de rationalisation des magasins en Chine. Le résultat opérationnel a cédé 9,5% à 14 millions de £ sous l'effet d'un recul du résultat en Pologne, dont l'impact a toutefois été partiellement compensé par la diminution des pertes en Chine.

### Europe de l'Est

Le chiffre d'affaires en **Pologne** a reculé de 4,7% à 240 millions de £ (-8,1% à surface constante), dans un marché en ralentissement et encore affaibli par l'hiver le plus rigoureux depuis longtemps ainsi que par les conséquences du deuil national après le décès du Président. Le résultat opérationnel a cédé 15,7% à 24 millions de £. Soutenues par les ventes d'articles à marge plus élevée et par les économies d'échelle réalisées sur les approvisionnements, les marges brutes ont augmenté de 60 points de base. Cet effet a toutefois été largement contrebalancé par l'inflation sous-jacente des coûts, de l'ordre de 5%. En **Russie**, où un nouveau magasin a été ouvert, le chiffre d'affaires a progressé de 21,6% à 43 millions de £. En **Turquie**, le résultat opérationnel de Koçtaş (joint-venture dont Kingfisher détient 50%) a progressé grâce à une amélioration de la demande et à une gestion rigoureuse des coûts.

Ailleurs, l'**Espagne** a continué de générer un résultat opérationnel positif et un chiffre d'affaires en hausse de 14,4% à 53 millions de £ et **Hornbach**, dont Kingfisher détient 21%, a réalisé un résultat à l'équilibre (contre un résultat déclaré de 3 millions de £ au premier trimestre 2009/10).

Le chiffre d'affaires de **B&Q Chine** a reculé de 6,7% à 75 millions de £ (+13,6% à surface constante, 2009/10 : -23,5%), une diminution qui s'explique essentiellement par une baisse nette du nombre de magasins (19 unités de moins par rapport au premier trimestre 2009). La perte ressort à 10 millions de £ et continue donc de se résorber (2009/10 : perte de 14 millions de £). La date plus tardive du Nouvel an chinois et la reprise dans la plupart

des régions de l'activité dans le secteur du logement ont stimulé la demande pour l'amélioration de l'habitat. Le plan de redressement annoncé l'an dernier progresse de manière satisfaisante : 80% environ de l'espace commercial inutilisé depuis la réduction de la taille des magasins est désormais sous-loué.

## Revue opérationnelle - STATISTIQUES PAR PAYS au 1<sup>er</sup> mai 2010

	Nombre de magasins	Surface commerciale (en milliers de m <sup>2</sup> )	Effectifs (ETP)
Castorama	102	1 030	12 438
Brico Dépôt	100	549	5 880
<b>Total France</b>	<b>202</b>	<b>1 579</b>	<b>18 318</b>
B&Q Royaume-Uni et Irlande	330	2 477	22 927
Screwfix	149	13	2 808
<b>Total Royaume-Uni et Irlande</b>	<b>479</b>	<b>2 490</b>	<b>25 735</b>
Pologne	56	420	9 025
Chine	43	363	6 910
Espagne	16	95	877
Russie	13	117	2 328
Joint-venture en Turquie	26	137	2 252
<b>Total International</b>	<b>154</b>	<b>1 132</b>	<b>21 392</b>
<b>Total</b>	<b>835</b>	<b>5 201</b>	<b>65 445</b>

### Position financière

Aucun événement majeur ni aucune transaction susceptible d'influer sur l'assise financière du Groupe ne sont intervenus depuis la date de l'annonce du bilan au 30 janvier 2010.

### « Delivering Value »

Des progrès ont été poursuivis dans le cadre des sept étapes du programme **Delivering Value** visant à optimiser le retour sur investissement et à accroître durablement la valeur actionnariale. Ces étapes sont les suivantes :

1. Améliorer la rentabilité de B&Q UK et en Irlande
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 complet de ces progrès sera communiqué lors de l'annonce des résultats semestriels le 16 septembre 2010.

## 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

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

### Notre Groupe:

**Kingfisher plc** est le premier distributeur européen de produits d'amélioration de l'habitat et le troisième mondial avec 835 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.