

Résultats annuels pour l'exercice clos au 31 janvier 2023

Ce communiqué est une libre traduction en français d'extraits du communiqué des résultats annuels 22/23 de Kingfisher publié ce jour à 7:00h heure de Londres (8:00 h heure de Paris). Cette traduction est fournie pour le seul confort d'une lecture en français, et ne saurait engager à quelque titre que ce soit la responsabilité de Kingfisher. Elle doit être lue en lien avec le communiqué de presse en langue anglaise publié ce jour sur le site de Kingfisher et en cas d'incohérence entre le communiqué de presse en langue anglaise et la présente traduction, le communiqué de presse en langue anglaise prévaudra dans tous les cas.

Synthèse des données financières			Var. totale (en %)	Var. totale (en %)	Var. à surface comparable (en %)*
	2022/23	2021/22	Publié	A tx de change constant*	A tx de change constant
Chiffre d'affaires	13 059 M£	13 183 M£	(0,9) %	(0,7) %	(2,1) %
Marge brute	4 795 M£	4 935 M£	(2,8) %	(2,6) %	
Marge brute (en %)*	36,7 %	37,4 %	(70) pb	(70) pb	
Résultat opérationnel	723 M£	1 144 M£	(36,7) %		
Résultat avant impôt publié	611 M£	1 007 M£	(39,3) %		
Résultat après impôt publié	471 M£	843 M£	(44,1) %		
Bénéfice par action non dilué publié	23,8 p	40,3 p	(40,9) %		
Variation trésorerie nette [‡]	(555) M£	(237) M£	n/a		
Dividende total ⁽¹⁾	12,40 p	12,40 p	-		
<u>Données hors éléments exceptionnels</u>					
Résultat opérationnel*	923 M£	1 148 M£	(19,7) %	(19,2) %	
Marge opérationnelle %*	7,1 %	8,7 %	(160) pb	(160) pb	
Résultat avant impôt*	758 M£	949 M£	(20,2) %		
Résultat après impôt*	589 M£	737 M£	(20,2) %		
Bénéfice par action non dilué*	29,7 p	35,2 p	(15,6) %		
Flux de trésorerie disponible*	(40) M£	385 M£	n/a		
Endettement net ^{*(2)}	(2 274) M£	(1 572) M£	n/a		

* Se référer à la page 5 pour plus de détails sur les indicateurs non-GAAP et autres termes ; * diminution nette de la trésorerie et découverts bancaires

Faits marquants

• Une année d'exécution rigoureuse

- La performance de l'exercice est conforme à nos attentes et à la guidance, face à une base de comparaison très élevée l'année dernière
- A taux de change constant, le chiffre d'affaires total recule de -0,7 % et de -2,1 % à surface comparable (+15,6 % à surface comparable sur 3 ans*)
- Croissance du chiffre d'affaires supérieure à celle du secteur, le chiffre d'affaires total affichant un taux de croissance moyen annuel sur 3 ans⁽³⁾ de +5,9 % contre +4,9 % pour le marché⁽⁴⁾
- Les ventes en ligne* reculent de -9,1 % (progression de +146 % sur 3 ans), le second semestre étant marqué par une croissance de +3,7 %. Le taux de pénétration de la vente en ligne* s'élève à 16,3 % (exercice 2019/20 : 7,9 %)
- Le résultat avant impôt (PBT) recule de -20 % à 758 M£ (+39 % par rapport à l'exercice 2019/20). PBT net en recul de -39,3% à 611M£

- Nous avons dépassé notre objectif de réduction de nos émissions de CO₂ des scopes 1 et 2, compatible avec une trajectoire de réchauffement climatique limitée à 1,5 °C (-52,7 % par rapport à l'exercice 2016/17)
- Le dividende total proposé est maintenu à 12,40 p par action, en ligne avec l'exercice 2021/22
- **Le Groupe poursuit de multiples opportunités de croissance rentable à un rythme soutenu**
 - Une ambition de taux de pénétration de la vente en ligne de 25 %. Lancement réussi de marketplaces au Royaume-Uni et dans la Péninsule ibérique* ; lancement en préparation en Pologne et en France*
 - Ouverture des 5 premiers magasins Screwfix en France ; jusqu'à 25 nouveaux magasins prévus sur l'exercice 2023/24
 - Niveau record de 82 ouvertures de magasins Screwfix au Royaume-Uni et en Irlande* ; jusqu'à 60 nouveaux magasins prévus sur l'exercice 2023/24
 - Objectif d'ouvrir jusqu'à 80 nouveaux magasins de formats moyen et compact pour Castorama Pologne dans les 5 ans
 - Priorité donnée à l'augmentation du taux de pénétration auprès des professionnels pour l'ensemble des enseignes. TradePoint (au sein de B&Q) a enregistré une croissance du chiffre d'affaires de +31,5 % sur 3 ans à surface comparable, l'enseigne surperformant les autres activités de B&Q, avec un taux de pénétration des ventes de 22 %
- **Le Groupe est bien positionné pour aborder l'exercice 2023/24**
 - Des tendances de vente sous-jacentes résilientes en début d'année (évolution à surface comparable du chiffre d'affaires en février 2023/24⁽⁵⁾ : +0,5%)
 - Maintien d'un bon positionnement prix sur nos marchés clés, et d'un excellent rapport qualité / prix pour nos clients
 - Les marques propres exclusives (45 % de nos ventes) apportent le meilleur rapport qualité-prix à nos clients et soutiennent le taux de marge brute
 - Gestion efficace des pressions inflationnistes, des coûts et des niveaux de stocks
 - Nous sommes confortables avec les estimations actuelles de résultat avant impôt⁽⁴⁾ du consensus des analystes sell-side pour l'exercice 2023/24, et nous attendons un flux de trésorerie disponible (free cash flow) de plus de 500 millions de livres sterling pour l'exercice
- **Le Groupe annonce de nouvelles priorités financières à moyen-terme ; confiance dans notre capacité à saisir les opportunités de croissance et de génération de cash**

Commentaire de Thierry Garnier, Directeur général du Groupe :

« Dans l'ensemble des pays où nous sommes présents, nos ventes se sont montrées résilientes, aussi bien sur le marché du « Faire soi-même » que sur celui du « Faire-Faire » (professionnels), avec une progression du chiffre d'affaires de 15,6 % à surface comparable par rapport au niveau d'avant la pandémie. Nous avons continué d'offrir un excellent positionnement prix à nos clients dans cette période difficile pour les finances des ménages, tout en gérant efficacement les pressions sur nos coûts. La bonne gestion de notre chaîne d'approvisionnement nous a permis de maintenir une bonne disponibilité de nos produits mais aussi d'assurer une bonne maîtrise de nos stocks.

« Nous poursuivons la mise en œuvre de notre stratégie à un rythme soutenu et investissons dans de multiples opportunités de croissance. Nous sommes fiers des progrès accomplis par nos équipes au cours de l'exercice, et depuis le lancement de notre stratégie « Powered by Kingfisher ». Nos ventes en ligne ont progressé de 146 % au cours des trois dernières années et nous avons renforcé notre présence en ligne avec le lancement de marketplaces au Royaume-Uni, en Espagne et au Portugal, qui affichent toutes une forte performance. A travers le Groupe, nous consolidons notre offre à destination des professionnels, en nous inspirant de la réussite de TradePoint dans les magasins B&Q et de l'expansion accélérée de Screwfix. Même si nous sommes aux prémices du développement de Screwfix en France, nous sommes satisfaits des résultats des premiers mois d'activité et prévoyons jusqu'à 25 nouvelles ouvertures de magasins cette année. Nous renforçons également notre position de leader en Pologne afin de tirer parti du potentiel de ce marché, avec l'ouverture prévue de sept nouveaux magasins Castorama en 2023.

« Nous sommes confiants à la fois dans la croissance de notre secteur d'activité et, grâce à notre stratégie, dans notre capacité à croître plus rapidement que nos marchés. Et nous annonçons aujourd'hui nos nouvelles priorités financières à moyen-terme, qui se concentrent sur la croissance, la génération de cash et des retours plus élevés pour nos actionnaires. »

Résultats du Groupe pour l'exercice 2022/23

- **Chiffre d'affaires** en baisse de 0,7 % à taux de change constant, reflétant une base de comparaison très élevée l'an dernier, liée à une forte demande sur le marché de l'amélioration de la maison. Ventes résilientes à la fois auprès des particuliers et des professionnels
- **Chiffre d'affaires à surface comparable** en baisse de 2,1 %, en hausse de 15,6 % à surface comparable sur 3 ans
 - Croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires sur 3 ans à surface comparable dans l'ensemble des enseignes
 - Croissance positive sur 1 an en Pologne, en Péninsule ibérique et en Roumanie ; performance résiliente en France ; base de comparaison très élevée l'an dernier pour le Royaume-Uni & l'Irlande
- **T4 2022/23** : chiffre d'affaires stable à surface comparable, et en hausse de 13,7 % sur 3 ans, essentiellement en ligne avec la tendance observée au T3 22/23 (+0,2 % à surface comparable ; +15,3 % sur 3 ans à surface comparable)
- **Marge brute (en %)** : en baisse de 70 points de base à 36,7 % (exercice 2021/22 : 37,4 % ; exercice 2019/20 : 37,0 %), reflétant à la fois le mix d'enseignes & de catégories, et l'impact au S1 du « retour à la normale » de l'activité promotionnelle et aux dépenses logistiques ponctuelles visant à sécuriser / gérer le stock saisonnier et de sécurité
- **Résultat opérationnel** en baisse de 19,2 % à taux de change constant à 923 millions de livres sterling (2021/22 : 1 148 millions de livres sterling ; 2019/20 : 786 millions de livres sterling), reflétant en grande partie la base de comparaison très élevée l'an dernier au Royaume-Uni & Irlande ainsi qu'en France
- **Résultat avant impôt publié** en baisse de 39,3 % à 611 millions de livres sterling (2021/22 : 1 007 millions de livres sterling ; 2019/20 : 103 millions de livres sterling), reflétant la baisse du résultat opérationnel, et incluant l'impact des « impairments » (réduction de nos actifs nets) du fait de la forte hausse des taux d'actualisation et de la révision des projections à long-terme
- **Résultat avant impôt** en baisse de 20,2 % à 758 millions de livres sterling (2021/22 : 949 millions de livres sterling ; 2019/20 : 544 millions de livres sterling), reflétant la baisse du résultat opérationnel, en partie contre-balancée par la diminution des intérêts

- **Flux de trésorerie disponible** de (40) millions de livres sterling, en baisse de 425 millions de livres sterling (2021/22 : 385 millions de livres sterling ; 2019/20 : 191 millions de livres sterling), en raison du recul de l'EBITDA* et de l'augmentation ponctuelle du besoin en fonds de roulement résultant de l'achèvement du programme de reconstitution des stocks
- **Variation négative de la trésorerie nette** de 555 millions de livres sterling (2021/22 : 237 millions de livres sterling), en grande partie liée à la diminution des flux de trésorerie disponible, et à un décaissement de 583 millions de livres sterling en lien avec le versement des dividendes ordinaires et les rachats d'actions
- **Endettement net** en augmentation à 2 274 millions de livres sterling (31 janvier 2022 : 1 572 millions de livres sterling), dont 2 444 millions de livres sterling de dettes locatives (IFRS 16), sous l'effet de la diminution nette de la trésorerie. **Endettement net rapporté à l'EBITDA** de 1,6 x (31 janvier 2022 : 1,0 x)
- **Dividende total** par action proposé à 12,40 p (2021/22 : 12,40 p)

Perspectives pour l'exercice 2023/24

- Activité en cours :
 - Ventes totales en février 23/24 à +1,9 % (ventes à surface comparable +0,5 %)⁽⁵⁾
 - Les tendances de ventes sous-jacentes restent résilientes, avec des catégories « projet » (cuisine, salle de bain, rangement) globalement stables par rapport à l'an dernier
 - Impact attendu en mars d'une météo défavorable et d'une base de comparaison élevée en Pologne
- Le Groupe est en bonne position pour aborder l'exercice 2023/24 :
 - Kingfisher vise de nouveaux gains de parts de marché
 - Impact sur les ventes d'environ +1,5 %, lié à l'augmentation nette de surface, en grande partie attribuable à Screwfix et à Castorama Pologne
 - Kingfisher est déterminé à mener une gestion active et réactive de ses coûts d'exploitation* afin de compenser en partie l'augmentation des coûts de personnel, de technologie et d'énergie par rapport à l'an dernier
 - Nous prévoyons un investissement P&L d'environ 40 millions de livres sterling en lien avec nos nouvelles activités, notamment Screwfix France
- Compte tenu de tous ces éléments, nous sommes confortables avec les estimations actuelles du consensus des analystes sell-side de résultat avant impôt ⁽⁶⁾ pour l'exercice 2023/24
- Nous prévoyons des flux de trésorerie disponible (free cash flow) de plus de 500 millions de livres sterling pour l'exercice, notamment grâce à la reconstitution du fonds de roulement de l'exercice précédent
- Nous prévoyons d'annoncer un nouveau programme de rachat d'actions, lorsque le programme de rachat d'actions en cours sera complété (sous réserve du respect de notre cadre d'allocation des fonds propres et des conditions de marché)

Priorités financières et d'allocation de capital à moyen terme

- Kingfisher opère sur des marchés attractifs, portés par de nouvelles tendances de long terme (notamment le développement du télétravail, et la rénovation énergétique) qui augmentent encore le potentiel de croissance du marché
- **Priorités financières** : avec l'objectif de tirer parti du profil de croissance attractif de notre secteur d'activité, le Groupe a défini une série de priorités financières à moyen terme :
 - **Une croissance du chiffre d'affaires supérieure à celle de nos marchés** :
 - Croissance du chiffre d'affaires à surface comparable soutenue par nos axes stratégiques, notamment le e-commerce et les marketplaces, les marques propres exclusives, les ventes aux professionnels ; et
 - Impact sur les ventes des augmentations de surfaces nettes de +1,5 % à +2,5 % en moyenne, portée principalement par Screwfix et Castorama Pologne
 - **Une croissance du résultat avant impôt plus rapide que celle du chiffre d'affaires** :
 - Grâce aux économies d'échelle (achats et coûts opérationnels), aux projets générant un niveau de résultats plus élevé, et aux opportunités pluriannuelles de réduction des coûts opérationnels
 - **Forte génération de trésorerie destinée à investir dans la croissance et créer de la valeur pour les actionnaires** :

- Flux de trésorerie disponible (free cash flow) compris entre 400 et 500 millions de livres sterling sur l'exercice 2024/25, et ensuite de plus de 500 millions de livres sterling chaque année à partir de 25/26, grâce à la croissance des profits et aux initiatives en place d'amélioration continue de notre gestion des stocks
- **Allocation de capital** : nos priorités en termes d'allocation de capital sont les suivantes :
 - Opportunités de croissance interne et externe (via acquisitions ciblées et de nature à accélérer le déploiement de notre stratégie). Le Groupe se donne pour objectif de conserver le montant brut de l'investissement en capex à 3,0-3,5 % du chiffre d'affaires total annuel, en moyenne, en ciblant en priorité les opportunités de croissance interne les plus rentables
 - Maintien d'une structure de financement efficiente, en adoptant une position prudente en cette période d'incertitude macroéconomique ; effet de levier net (endettement net rapporté à l'EBITDA) de 2,0 x au maximum à moyen terme
 - Politique progressive, durable de distribution de dividendes avec pour objectif une couverture des dividendes* de 2,25-2,75 x
 - Restitution aux actionnaires des liquidités excédentaires via des rachats d'actions ou le versement de dividendes extraordinaires

Exécution rigoureuse de nos priorités stratégiques

- **Croître en nous appuyant sur nos différentes enseignes** :
 - Niveau record de 82 ouvertures de magasins Screwfix au Royaume-Uni et en Irlande, portant le total à 872 magasins ; jusqu'à 60 nouveaux magasins prévus sur l'exercice 2023/24
 - Ouverture des 5 premiers magasins Screwfix en France ; jusqu'à 25 nouveaux magasins prévus sur l'exercice 2023/24
 - 7 nouveaux magasins Castorama ouverts en Pologne ; jusqu'à 80 magasins de formats moyen et compact prévus en Pologne au cours des 5 prochaines années
 - Nos deux premiers magasins B&Q en franchise au Moyen-Orient ont ouvert
- **Développer le e-commerce grâce à la rapidité et au choix** :
 - Le taux de pénétration de la vente en ligne s'élève à 16,3 %, un niveau deux fois supérieur à celui de l'exercice 2019/20. Notre ambition est d'atteindre un taux de pénétration de 25 %
 - 91 % des commandes en ligne sont collectées en magasin
 - De nouvelles options de click & collect (C&C) avec le lancement de casiers en Pologne ; en phase de test chez B&Q
 - De nouvelles options de livraison à domicile, avec notamment le lancement réussi de la livraison en une heure (Screwfix *Sprint*) et une gestion optimisée des transporteurs (en phase de test chez B&Q et en France)
 - Amélioration de la gestion des commandes e-commerce grâce aux magasins assurant la fonction de « hubs digitaux » et à une meilleure visibilité des références disponibles*
 - Nouveau modèle de marketplace lancé avec succès chez B&Q, en Espagne et au Portugal (la marketplace* représente 24 % des ventes en ligne chez B&Q en février 2023, après seulement 11 mois) ; lancement en préparation de marketplaces en Pologne et France
- **Construire une expérience client basée sur la data** :
 - Création d'un « Centre d'excellence » data chez Kingfisher, doté d'une expertise en intelligence artificielle (IA), en machine learning, en analyse avancée et en ingénierie des plateformes de données
 - Mise en œuvre chez B&Q et Screwfix d'un nouveau moteur de recommandation développé par le Groupe, avec une amélioration à la fois du taux de clic, du taux d'ajout au panier et du délai de réponse
 - Signature d'un partenariat avec Google Cloud pour les infrastructures, les plateformes de services et les solutions IA
 - Utilisation de l'analyse de données et de l'IA pour développer de meilleurs outils de pricing, une meilleure efficacité des promotions et des soldes, et une meilleure visibilité de notre chaîne d'approvisionnement de bout en bout
 - Développement rapide d'opportunités de monétisation de nos capacités en matière de data à travers le Retail media (publicité placée sur nos sites et applis e-commerce)
- **Se différencier et gagner grâce à nos marques propres exclusives** :

- Nos marques propres exclusives continuent à être pour nos clients synonymes d'accessibilité prix, d'innovation et d'impact environnemental réduit, tout en générant une marge brute plus élevée en moyenne que les produits de marque
- Le total des ventes de produits de marques propres exclusives s'élève à 5,8 milliards de livres sterling, en hausse de 15,4 % sur 3 ans à surface comparable. Elles représentent 45 % du chiffre d'affaires du Groupe (exercice 2021/22 : 45 %)
- Bonne performance des catégories cuisine, salle de bains & rangement et EPHC (électricité, plomberie, chauffage et climatisation), qui progressent par rapport à l'an dernier. Sur 3 ans, ce sont toutes les catégories qui progressent.
- Lancement réussi de 32 marques propres exclusives, nouvelles ou redéveloppées, pour soutenir la différenciation entre les enseignes et étoffer les gammes
- **Développer le commerce avec les professionnels :**
 - Accélération des ouvertures de Screwfix au Royaume-Uni & Irlande, et progrès importants dans le développement de la proposition en France
 - TradePoint (au sein de B&Q) a enregistré une croissance du chiffre d'affaires de +31,5 % sur 3 ans à surface comparable, surperformant les autres activités de B&Q, et atteignant un taux de pénétration des ventes de 22 % (exercice 2021/22 : 20 %)
 - Ouverture de 18 nouveaux comptoirs TradePoint au Royaume-Uni et de 8 premiers comptoirs en Irlande
 - Lancement d'un plan d'action pour accroître le taux de pénétration auprès des professionnels dans l'ensemble des autres enseignes, avec notamment de nouveaux programmes de fidélité en Pologne et dans la Péninsule ibérique, et l'introduction de nouveaux services dédiés, ainsi que des marques propres exclusives et des produits de marque adaptés aux professionnels
- **Déployer nos formats de proximité :**
 - Accélération des tests de magasins compacts ; 17 nouveaux magasins compacts désormais ouverts au Royaume-Uni, en France et en Pologne
 - Les tests de magasins de proximité (*B&Q Local* au Royaume-Uni, *Casto* en France et *Castorama Express* en Pologne) continuent d'offrir des enseignements et présentent des résultats encourageants
 - Les concepts implantés dans de petites zones commerciales affichent également des résultats positifs
 - Démarrage de la dernière phase de test pour le format de magasins ultra-compact « XSR » de Screwfix
 - Lancement prévu d'un premier test d'un nouveau format de 1 000 m² pour Brico Dépôt France sur l'exercice 2023/24
- **Devenir le leader du marché en matière de responsabilité sociétale et environnementale, et d'efficacité énergétique**
 - Anticipation des augmentations de salaires, et soutien à nos collaborateurs, pour les aider à faire face à la hausse du coût de la vie
 - Nous avons dépassé notre objectif de réduction de nos émissions de CO₂ des scopes 1 et 2 – validé par le SBTi (Science-Based Target initiative) comme étant compatible avec une trajectoire de réchauffement climatique limitée à 1,5 °C – avec une réduction de nos émissions de -52,7 % par rapport à l'exercice 2016/17
 - Nous avons annoncé un nouvel objectif de zéro émission nette (scope 1 et 2) pour nos activités d'ici à la fin 2040
 - Nos ventes de produits durables (SHP) ont atteint 6,2 milliards de livres sterling, soit 47 % du chiffre d'affaires du Groupe (exercice 2021/22 : 44 %). Nous avons revu à la hausse et porté à 60 % notre objectif de part des ventes de produits durables d'ici 2025/26
 - 11 % des ventes du Groupe ont été réalisées avec des produits permettant à nos clients d'économiser l'énergie et l'eau
 - Lancement de solutions innovantes chez B&Q, Castorama France et Brico Dépôt France pour accompagner les clients dans leurs projets de rénovation énergétique de leur logement, incluant des produits et des services
- **Humain, agile et efficace :**
 - Infuser une culture de « test & learn » à tous les niveaux du Groupe, ainsi que des « leadership behaviours » pour accompagner la mise en œuvre de notre stratégie

- Recrutement de talents et renforcement des ressources dans les domaines clés, notamment les technologies, la data et le marché des professionnels
- Les programmes pluriannuels de réduction des coûts continuent à atténuer les effets des pressions inflationnistes
- Réduction de la taille de quatre magasins supplémentaires achevée au Royaume-Uni, avec une amélioration du chiffre d'affaires au m2 de l'ensemble des sites concernés
- Augmentation du montant net des stocks par rapport à l'an dernier liée à l'inflation ; le volume unitaire est en baisse
- Le taux de provision sur stock et le poids de stocks déréférencés demeurent en-deçà des niveaux d'avant la pandémie
- Une série de mesures ont été mises en place pour optimiser encore davantage la chaîne d'approvisionnement, la gestion de stocks et la répartition du sourcing

Notes

(1) Le Conseil d'administration a proposé le versement d'un dernier acompte sur dividende par action de 8,60 p (dernier acompte sur dividende de l'exercice 2021/22 : 8,60 p), ce qui porterait le dividende par action total à 12,40 p au titre de l'exercice 2022/23 (exercice 2021/22 : 12,40 p). Le dernier acompte sur dividende doit être soumis à l'approbation des actionnaires réunis lors de l'Assemblée Générale Ordinaire du 27 juin 2023.

(2) L'endettement net comprend 2 444 millions de livres sterling de dettes locatives selon les normes IFRS 16 pour l'exercice 2022/23 (exercice 2021/22 : 2 376 millions de livres sterling).

(3) Représente le taux de croissance moyen annuel (TCMA) du chiffre d'affaires total pour le Royaume-Uni, la France et la Pologne entre l'exercice 2019/20 et l'exercice 2022/23 (à taux de change constant).

(4) Croissance du marché (à taux de change constant) pour le Royaume-Uni, la France et la Pologne sur la base d'une analyse réalisée en interne par Kingfisher portant sur près de 2 225 distributeurs (sur la base d'une année calendaire).

(5) Le chiffre d'affaires total et le chiffre d'affaires à surface comparable de février 2023/24 correspond au mois calendaire de février 2023 comparé au mois de février 2022, à taux de change constant. Ces chiffres sont provisoires.

(6) La « Guidance » suppose des taux de change inchangés par rapport aux parités de devises actuelles. D'après les estimations du consensus compilées par la Société au 14 mars 2023, les estimations actuelles de résultat avant impôt hors éléments exceptionnels du consensus des analystes sell-side pour l'exercice 2023/24 ressortent à 633 millions de livres sterling.

Indicateurs non-GAAP et autres termes

Partout dans le présent communiqué, le symbole "*" indique la première instance d'un terme défini et expliqué dans le Glossaire (Section 6). Les chiffres et les ratios utilisés ne sont pas tous facilement accessibles dans les résultats définitifs avant audit figurant dans la seconde partie de ce communiqué. La direction estime que ces indicateurs non-GAAP (également qualifiés d'indicateurs alternatifs de performance), notamment le résultat hors éléments exceptionnels, la croissance du chiffre d'affaires à taux de change constant et à surface comparable, sont utiles et facilitent la compréhension des résultats du Groupe. Le cas échéant, un rapprochement avec les chiffres statutaires figure dans la Revue Financière (Section 5).

Contacts

	Tél. :	Courriel :
Relations investisseurs	+44 (0) 20 7644 1082	investorenquiries@kingfisher.com
Relations presse	+44 (0) 20 7644 1030	corpcomms@kingfisher.com
Teneo	+44 (0) 20 7420 3184	Kfteam@teneo.com

Annnonce des résultats définitifs et tableaux financiers

Le présent communiqué et les tableaux de données pour l'exercice 2022/23 peuvent être téléchargés depuis la section Investisseurs de notre site web (www.kingfisher.com/investors). Suivez-nous sur LinkedIn et Twitter (@kingfisherplc). Pour les résultats, utilisez le hashtag #KingfisherResults.

Présentation des résultats

Une présentation des résultats pour les analystes et investisseurs inscrits est organisée ce jour à 09h00 (GMT) à la Bourse de Londres, 10 Paternoster Square, Londres, EC4M 7LS, GB. La vidéo de cette présentation des résultats, et de la séance de Questions / réponses sera également diffusée en direct sur la section Investisseurs du site www.kingfisher.com, et ensuite disponible sur demande.

Pour toute question, écrivez à investorenquiries@kingfisher.com.

Calendrier financier (≠ Ces dates sont provisoires et pourront éventuellement être modifiées)

Rapport d'activité du T1 2023/24	24 mai 2023
Assemblée Générale Ordinaire	27 juin 2023*
Résultats semestriels	19 septembre 2023*
Rapport d'activité du T3 2023/24	22 novembre 2023*

American Depositary Receipts

Les American Depositary Receipts de Kingfisher sont négociés aux États-Unis sur la plate-forme OTCQX : (OTCQX : KGFHY) www.otcmarts.com/stock/KGFHY/quote.

Section 2 : Situation du Groupe à date (incluant la présentation du plan stratégique « Powered by Kingfisher »)

a) Se développer en nous appuyant sur nos différentes enseignes

Dans le cadre de ses projets d'expansion à l'international, Screwfix a ouvert son site internet en France en avril 2021. Dix-huit mois plus tard, sur la base de résultats et d'enseignements encourageants, dont un score NPS (Net Promoter Score) comparable à celui de l'enseigne au Royaume-Uni, Screwfix a ouvert son premier magasin en France en octobre 2022. À la clôture de l'exercice, l'enseigne totalisait cinq magasins en France. Au cours de l'année, Screwfix a développé un système IT sur mesure, ouvert son premier centre de distribution en France, établi des partenariats avec des fournisseurs de marques nationales et internationales de premier plan, et accéléré ses actions de marketing. Pour l'exercice 2023/24, l'enseigne prévoit d'ouvrir jusqu'à 25 nouveaux magasins, le rythme de ces ouvertures étant conditionné à l'environnement commercial, à la notoriété de la marque, et à la rapidité d'adoption par les clients du modèle commercial novateur de Screwfix. L'enseigne est bien positionnée pour commencer à gagner des parts de marché sur le vaste segment des professionnels en France, un marché estimé à plus de 29 milliards d'euros. Nous sommes satisfaits des premiers mois d'activité et, si la réussite de ce format se confirme, nous estimons le potentiel à plus de 600 magasins en France à plus long terme.

b) Humain, agile et efficace

Sourcing

Nous annonçons également ce jour que les enseignes de Kingfisher en France et le groupe Mr. Bricolage travaillent en vue de la création d'un partenariat à l'achat (joint-venture). Cette co-entreprise, qui pourrait être en place d'ici au second semestre de cette année en vue des négociations commerciales pour l'exercice 2024/25, aura pour objectif de renforcer les liens avec des fournisseurs communs nationaux et internationaux, de leur proposer de nouvelles opportunités commerciales et de créer de la valeur ajoutée. Le groupe Mr. Bricolage compte plus de 970 magasins franchisés et affiliés, principalement en France. Ses différentes enseignes affichent environ 2,4 milliards d'euros de ventes brutes, ce qui place le groupe Mr. Bricolage au quatrième rang du marché français de l'amélioration de la maison.

Section 3 : Revue opérationnelle par division

Note : l'ensemble des commentaires ci-après s'entendent à taux de change constant.

Dans le cadre de ses projets d'expansion à l'international, Screwfix a ouvert son site internet en France en avril 2021. Dix-huit mois plus tard, sur la base de résultats et d'enseignements encourageants, dont un score NPS (Net Promoter Score) comparable à celui de l'enseigne au Royaume-Uni, Screwfix a ouvert son premier magasin en France en octobre 2022. À la clôture de l'exercice, l'enseigne totalisait cinq magasins en France. Au cours de l'année, Screwfix a développé un système IT sur mesure, ouvert son premier centre de distribution en France, établi des partenariats avec des fournisseurs de marques nationales et internationales de premier plan, et accéléré ses actions de marketing.

FRANCE

En M€	2022/23	2021/22	Variation publiée (en %)	Variation à tx de change constant (en %)	Variation à surface comparable (en %)	Variation sur 3 ans à surface comp. (en %)
Castorama	2 302	2 296	+0,3 %	+0,1 %	-	+13,9 %
Brico Dépôt	2 150	2 202	(2,4) %	(2,5) %	(2,9) %	+12,5 %
Chiffre d'affaires total	4 452	4 498	(1,0) %	(1,2) %	(1,4) %	+13,2 %

Résultat opérationnel	195	221	(11,9) %	(12,0) %
------------------------------	------------	------------	-----------------	-----------------

Marge opérationnelle (en %)	4,4 %	4,9 %	(50) pb	(50) pb
------------------------------------	-------	-------	---------	---------

Le chiffre d'affaires de Kingfisher France a baissé de 1,2 % (-1,4 % à surface comparable) à 4 452 millions de livres sterling, reflétant une base de comparaison élevée lors du premier semestre de l'exercice précédent.

Au second semestre, le chiffre d'affaires total a progressé de 0,5 % (+0,5 % à surface comparable). Les ventes des catégories liées au « Faire soi-même » ont fait preuve de résilience, et les catégories liées au « Faire-Faire » / professionnels ont enregistré un dynamisme plus soutenu.

Le chiffre d'affaires de l'exercice à surface comparable s'est inscrit en hausse de 13,2 % sur 3 ans. En comparaison à 3 ans, les tendances de ventes au T4 ont ralenti à +10,9 % (contre +14,6 % au T3), en raison d'une base de comparaison élevée, le T4 2019/20 s'étant avéré beaucoup plus dynamique que les neuf premiers mois de l'exercice 2019/20. De fait, le chiffre d'affaires de la France à surface comparable au T4 2019/20 était supérieur de plus de 8 points de pourcentage à celui des neuf premiers mois de l'exercice 2019/20.

Castorama et Brico Dépôt ont continué de renforcer leurs positions concurrentielles respectives sur le marché, à travers l'amélioration de leurs capacités digitales, de leur offre de produits et de leur proposition commerciale globale, ce qui leur a permis d'améliorer les scores NPS à la fois des magasins et des sites de vente en ligne.

La marge brute a diminué de 30 points de base, en grande partie en raison du mix de catégories. Au second semestre, nous avons achevé notre programme d'optimisation de la surface des entrepôts en France, ce qui a permis une réduction cumulée des mètres carrés d'environ 27 % sur deux ans.

Le résultat opérationnel a diminué de 12,0 % à 195 millions de livres sterling (exercice 2021/22 : 221 millions de livres sterling ; exercice 2019/20 : 164 millions de livres sterling ; en publié), la baisse de la marge brute se trouvant partiellement contre-balancée par la diminution des coûts opérationnels. Les coûts d'exploitation ont été réduits de 0,6 %, grâce à la baisse des frais de personnel et au programme stratégique de réduction des coûts, largement contre-balancés par une inflation des coûts opérationnels, et notamment les frais de personnels et les coûts liés à l'énergie. La marge opérationnelle en pourcentage s'est inscrite en baisse de 50 points de base à 4,4 % (exercice 2021/22 : 4,9 % ; exercice 2019/20 : 4,0 %).

Le chiffre d'affaires total de **Castorama** a connu une progression de 0,1 % (stable à surface comparable) à 2 302 millions de livres sterling, traduisant la résilience des ventes face à une base de comparaison élevée au premier semestre de l'exercice précédent.

Les tendances de ventes se sont améliorées au second semestre (+0,7 % à surface comparable), avec une croissance positive à surface comparable des catégories EPHC et bâti & menuiserie, portées par la rénovation énergétique et par le segment des professionnels / de la rénovation.

Le chiffre d'affaires à surface comparable s'est inscrit en hausse de 13,9 % sur 3 ans.

Sur 3 ans, l'entreprise affiche une croissance de l'ensemble des catégories, en particulier sur les catégories aménagement extérieur et bâti & menuiserie, toutes deux en hausse d'environ 30 %.

Les ventes saisonnières de produits de jardin sont restées globalement stables à surface comparable (augmentation de 24 % sur 3 ans à surface comparable), et le chiffre d'affaires à surface comparable des catégories de produits non saisonniers, y compris les espaces projets, est également resté stable (accroissement de 11 % sur 3 ans à surface comparable).

Les ventes en ligne de Castorama se sont inscrites en baisse de 19 % en glissement annuel, en raison de la vigueur de l'activité en ligne au premier semestre de l'exercice précédent. Au second semestre, les ventes en ligne ont augmenté de 27 % en glissement annuel. Les ventes en ligne de Castorama ont progressé de 240 % sur 3 ans, le taux de pénétration de la vente en ligne s'élevant à 5 % (exercice 2021/22 : 6 % ; exercice 2019/20 : 2 %).

Castorama a ouvert deux nouveaux magasins de proximité au cours de l'exercice 2022/23 ; testant pour la première fois ce concept à Paris. Au 31 janvier 2023, Castorama comptait 95 magasins au total en France.

Le chiffre d'affaires total de **Brico Dépôt** s'est inscrit en baisse de 2,5 % (-2,9 % à surface comparable) à 2 150 millions de livres sterling, ce qui traduit une fois encore la résilience des ventes face à une base de comparaison élevée au premier semestre de l'exercice précédent.

Les tendances de ventes ont progressé au second semestre (+0,2 % à surface comparable), avec une croissance à surface comparable des catégories EPHC, bâti & menuiserie et cuisine.



Le chiffre d'affaires à surface comparable s'est inscrit en hausse de 12,5 % sur 3 ans. Sur 3 ans, l'entreprise a réalisé une forte croissance dans les catégories extérieur, bâti & menuiserie et EPHC. Brico Dépôt continue à renforcer son image de discounter à travers son offre différenciante et le maintien de son positionnement prix très compétitif par rapport à ses concurrents du secteur de l'amélioration de la maison.

Les ventes en ligne de Brico Dépôt se sont inscrites en baisse de 20 % par rapport à l'an dernier, en grande partie due à la vigueur de l'activité en ligne lors de l'exercice précédent. Au second semestre, les ventes en ligne ont augmenté de 7 % en glissement annuel. Sur 3 ans, les ventes en ligne de Brico Dépôt ont progressé de 133 %, le taux de pénétration s'élevant à 4 % (exercice 2021/22 : 5 % ; exercice 2019/20 : 2 %).

Au cours de l'exercice 2023/24, Brico Dépôt France testera son premier magasin au format compact de 1 000 m².