



Ce communiqué est une libre traduction en français d'extraits du communiqué des résultats T3 24/25 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.

Thierry Garnier, Directeur général, a déclaré :

Notre activité s'est montrée résiliente au troisième trimestre. L'amélioration des performances, observée en août et en septembre, a été contrebalancée en octobre par l'impact sur la confiance des consommateurs des discussions budgétaires au Royaume-Uni et en France. Les performances de toutes nos enseignes au Royaume-Uni, en France et en Pologne sont en ligne ou supérieures à celles de leurs marchés respectifs, avec en particulier des gains de parts de marché importants pour Screwfix. Nous avons continué à observer une amélioration des volumes sur nos catégories « cœur », soutenues par les travaux de réparation, d'entretien et de rénovation de l'habitat existant. Comme nous l'avions anticipé, les ventes de nos catégories « projet » sont restées plus faibles, même si nous observons des premiers signes d'amélioration.

Nous continuons à progresser rapidement dans la mise en œuvre de nos priorités stratégiques et opérationnelles. La pénétration de la vente en ligne a progressé de 1,3 point pour atteindre 18,8 % au troisième trimestre, soutenue par la forte croissance de nos marketplaces. Au troisième trimestre, nos ventes aux professionnels ont atteint 16,5 % au niveau du Groupe (hors Screwfix), en progression de près de 3 points depuis le début de l'année, à mesure que nous continuons à développer notre offre sur ce segment, avec notamment le lancement par TradePoint de sa première application mobile le mois dernier. Nous progressons également rapidement dans notre plan d'optimisation et de modernisation des magasins les moins performants de Castorama France, et nous avons sélectionné des locataires-gérants pour nos deux premiers magasins franchisés.

Concernant l'année prochaine, les récentes évolutions politiques et macroéconomiques font peser une plus grande incertitude sur les perspectives de nos marchés. C'est pourquoi nous continuons de concentrer nos efforts sur ce que nous maîtrisons : continuer à développer nos parts de marché grâce à la poursuite de nos priorités stratégiques, et gérer efficacement nos prix, nos coûts et notre trésorerie. Notre Groupe est solidement positionné pour tirer parti du retournement du marché de l'amélioration de l'habitat quand il se produira.