

Ce communiqué est une libre traduction en français d'extraits du communiqué des résultats annuels 2025/26 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

Kingfisher réalise une bonne année 2025/26, portée par sa stratégie et sa discipline financière

Faits marquants de l'exercice 25/26

- **Croissance du chiffre d'affaires à surface comparable corrigé des effets calendaires[±] de +1,4%** porté par l'augmentation des volumes et du nombre de transactions. Croissance du chiffre d'affaires total de +1,3%. Les enseignes britanniques tirent la croissance, avec une progression de +3,3% à surface comparable
- **Gains de parts de marché⁽²⁾** pour B&Q, Screwfix, Brico Dépôt France, Castorama France et l'Espagne. La croissance de la Pologne est en ligne avec le marché
- **Progrès stratégiques rapides**
 - Progression des ventes aux professionnels de +23% hors Screwfix. La pénétration des ventes aux professionnels atteint 30% pour le Groupe
 - Progression des ventes e-commerce de +20% hors Screwfix. La pénétration des ventes e-commerce atteint 21% pour le Groupe. Le volume d'affaires des marketplaces (GMV) a progressé de +58% à 518 millions de livres sterling
- **Croissance du résultat avant impôt ajusté de +6% à 560 millions de livres sterling**, portée par la progression de la marge brute de +80 points de base et la bonne gestion des coûts, qui a permis de plus que compenser les augmentations de coûts. Le résultat avant impôt publié progresse de +23% à 378 millions de livres sterling
- **Le bénéfice par action non dilué ajusté progresse de +15% à 23,8 pence** soutenu par les rachats d'actions
- **Le flux de trésorerie disponible (Free Cash Flow) atteint £512m** notamment grâce à la baisse de 5 jours de stocks
- **Programme de rachat d'actions de 300m£ finalisé.** Dividende de fin d'exercice annoncé à 12,40 pence par action.

Guidance pour l'exercice 26/27

- Résultat avant impôt ajusté compris entre 565 et 625 millions de livres sterling et flux de trésorerie disponible compris entre 450 et 510 millions de livres sterling
- Démarrage d'un nouveau programme de rachat d'actions de 300 millions de livres sterling

Commentaire de Thierry Garnier, Directeur général du Groupe :

“Nous avons continué à mettre en œuvre notre stratégie à un rythme rapide, tout en délivrant un bon niveau de marge et en maintenant la discipline sur nos coûts. Ainsi, en 2025/26, nous avons gagné des parts de marchés significatives, nous avons fait progresser notre résultat de +13 % si l'on exclut les remboursements exceptionnels de taxe foncière au Royaume-Uni l'année précédente, et avons délivré un bon niveau de free cash flow.

Nos enseignes anglaises ont tiré les résultats du groupe, avec un chiffre d'affaires en progression de +4,0 % pour B&Q et de +4,5 % pour Screwfix. Ces performances reflètent la croissance de notre écosystème digital, la progression des dépenses effectuées par les professionnels dans nos enseignes, ainsi que l'ouverture de 34 nouveaux magasins.

Nous progressons rapidement dans la mise en œuvre de nos priorités stratégiques. Les professionnels et le e-commerce représentent déjà respectivement près de 75 % et 60 % du chiffre d'affaires de Screwfix. Dans nos autres enseignes, les ventes aux professionnels ont progressé de +23 %, grâce à l'élargissement de nos gammes, à l'amélioration de nos services et au renforcement de notre relation client avec les professionnels, tandis que le e-commerce a progressé de +20 %, porté par le succès de nos marketplaces. Le e-commerce représente désormais un cinquième du chiffre d'affaires total du Groupe. »

Dans un environnement de consommation contrasté sur nos marchés, nous restons concentrés sur l'exécution de nos priorités stratégiques, le maintien de la discipline sur nos coûts et la création de valeur pour nos actionnaires. Cela met Kingfisher en bonne position pour tirer parti des opportunités de croissance à long-terme de nos marchés.

Données clés	2025/26	2024/25	Var. publiée	Var. cc**
Chiffre d'affaires	+1,1%			
Marge brute	£4,930m	£4763m	+3,5%	+2,5%
Marge brute (en %)*	38,1%	37,3%	+80 pb	+80 pb
Résultat opérationnel	£734m	£696m	+5,4%	+4,4%
Marge opérationnelle %	5,7%	5,4%	+30 pb	
Résultat avant impôt ajusté*	£560m	£528m	+6,0%	
Bénéfice par action non dilué ajusté	23,8p	20,7p	+14,9%	
Flux de trésorerie disponible	£512m	£511m	+0,1%	
Endettement net / EBITDA ajusté ⁽³⁾	1,4x	1,6x		
Indicateurs publiés				
Chiffres d'affaires total	£12945m	£12,784m	+1,3%	+0,2%
Résultat opérationnel publié	£469m	£407m	+15,2%	
Résultat avant impôt publié	£378m	£307m	+23,0%	
Bénéfice par action non dilué publié	14,0p	10,1p	+39,5%	
Flux nets de trésorerie générés par l'activité	£1433m	£1302m	+10,1%	
Dividende total par action	12,40p	12,40p	-	

* Se référer à la page 4 pour plus de détails sur les indicateurs non-GAAP et autres termes **à taux de change constants

* La croissance du chiffre d'affaires corrigé des effets calendaires fait référence aux ventes corrigées de l'impact calendaire et lié à l'année bissextile (ventes à surface comparable +1,1 % + 0,3 % = ventes corrigées des effets calendaires à surface comparable de +1,4 % ⁽¹⁾)

Rapides progrès de nos priorités stratégiques

Développer les ventes aux professionnels

- Les ventes aux professionnels représentent désormais **30 % du chiffre d'affaires** (FY 24/25 : 27%). **Elles ont progressé de +23 %** hors Screwfix (+12 % en incluant Screwfix), grâce au développement de notre proposition dédiée dans toutes les enseignes.
- Des espaces dédiés aux professionnels sont désormais en place dans toutes les enseignes et présents dans 43 % des magasins (hors Screwfix). Castorama France a déployé avec succès son offre CastoPro sur l'ensemble du parc au 1er semestre et a installé 50 espaces dédiés au sein de ses magasins. Brico Dépôt France a ouvert ses 2 premiers corners Pro.
- TradePoint a annoncé l'ouverture de son premier magasin autonome en 2026 et a étendu son service de livraison sur site à des produits allant au-delà de l'offre disponible en magasin.
- Poursuite de l'investissement dans les équipes commerciales dédiées aux professionnels, avec 279 collaborateurs en poste dans le Groupe (FY 24/25 : 105).
- Nous disposons désormais d'un programme de fidélité dédié aux professionnels dans tous les pays, avec des adhésions en hausse de +18 % sur un an.
- Screwfix a lancé avec succès un nouveau programme de fidélité intégré à son application mobile, ainsi qu'une version renforcée de son offre Sprint couvrant environ 60 % de la population au Royaume-Uni, avec des livraisons désormais possibles en 20 minutes.
- Le nouveau programme de fidélité en Pologne, enrichi d'un mécanisme de cashback, a enregistré 489 000 inscriptions.
- Notre ambition est désormais d'atteindre **5 milliards de livres de chiffre d'affaires** avec les pros à moyen terme.

Développer notre écosystème digital

- La pénétration e-commerce atteint 21 % pour le Groupe (FY 24/25 : 19 %) et les ventes e-commerce ont progressé de +20 % hors Screwfix (+11 % en incluant Screwfix).
- Les marketplaces sont désormais opérationnelles dans toutes les régions. Le volume d'affaires (GMV) du Groupe a progressé de +58 %, pour atteindre 518 millions de livres sterling.
- B&Q compte désormais 3,7 millions de références sur sa marketplace, avec un volume d'affaires (GMV) en hausse de +44 %, à 445 millions de livres sterling, et une contribution au résultat opérationnel⁽⁵⁾ de 15 millions de livres sterling.
- B&Q a lancé le Click & Collect en 15 minutes pour les commandes 1P et a achevé le déploiement du premier service de Click & Collect marketplace du Royaume-Uni, désormais en place dans 300 magasins.
- Nous avons commencé l'intégration de marchands transfrontaliers. Notre processus leur offre désormais un accès unique à l'ensemble des marketplaces de Kingfisher.

- Des moteurs de recommandation produit et de personnalisation, utilisant l'IA, sont désormais actifs dans toutes les enseignes (hors Péninsule ibérique).
- Les outils de retail media sont désormais disponibles sur les applications et sites web de toutes les enseignes. Des écrans digitaux en magasin sont en test chez Screwfix, B&Q et Castorama France.
- Castorama France a piloté le lancement de Core IQ, notre plateforme de monétisation de données offrant aux fournisseurs des données avancées en matière de performance commerciale et digitale.

Gagner grâce à notre offre, nos marques exclusives et nos services

- **Les marques propres exclusives (OEB) représentent 43 % des ventes du Groupe** (FY 24/25 : 44 %).
- Lancement de la deuxième génération de la gamme d'outillage Erbauer, désormais marque n°1 des ventes du Groupe sur l'outillage.
- La gamme de cuisines Ashmead a été lancée chez B&Q, Castorama France et Castorama Pologne ; elle est désormais notre premier contributeur en volumes sur les cuisines
- Poursuite du développement de nos offres de location de produits OEB dans les différentes enseignes.
- Expansion de notre offre de services : conception et installation, location d'outils, solutions de financement.

Développer nos enseignes et nos formats

- Nous avons ouvert **41 magasins nets**, ce qui a contribué pour +0,7% à la croissance du chiffre d'affaires total du Groupe.
- B&Q a ouvert 10 magasins, incluant la conversion de 8 anciens magasins Homebase – en moins de 3 mois après leur acquisition – et la fermeture de 3 magasins.
- Screwfix a ouvert 32 magasins, dont 13 magasins ultra-compactes « City », et en a fermé 5.
- Castorama France a ouvert ses 2 premiers magasins en franchise en juin 2025, issus de son parc existant.
- Brico Dépôt France a ouvert un magasin sur l'exercice 25/26, transféré depuis Castorama France lors de l'exercice 24/25.
- Castorama Pologne a ouvert un magasin net et teste des *Design Points* : ces magasins autonomes proposent des services de conception de cuisines dans des centres commerciaux à fort trafic.
- Screwfix France a ouvert cinq magasins dans le nord de la France.

Guidance pour l'exercice 26/27

Nous prévoyons :

- **Un résultat avant impôt ajusté compris entre environ 565 et 625 millions de livres sterling**
- **Un flux de trésorerie disponible compris entre environ 450 et 510 millions de livres sterling**

Rachats d'actions – finalisation du programme en cours et lancement d'un nouveau programme de 300 millions de livres sterling

Conformément à notre politique d'allocation du capital, le Conseil d'Administration a décidé en mars 2025 qu'un montant supplémentaire de 300 millions de livres sterling de capital excédentaire pouvait être restitué aux actionnaires via un programme de rachat d'actions. Nous avons finalisé ce programme le 5 mars 2026.

Le Conseil d'Administration annonce le **lancement d'un nouveau programme de rachat d'actions de 300 millions de livres sterling**. Depuis septembre 2021, Kingfisher a réalisé 1,2 milliard de livres de rachats d'actions.

FRANCE

£m	2025/26	2024/25	Variation publiée %	Variation à taux de change constant %	Variation à surface comparable %
Castorama	2,000	2,014	(0.7)%	(2.3)%	(2.2)%
Brico Dépôt	1,866	1,869	(0.2)%	(1.8)%	(2.3)%
Chiffre d'affaires total	3,866	3,883	(0.4)%	(2.1)%	(2.2)%

Résultat opérationnel	97	95	+2.7%	+1.0%
Marge opérationnelle %	2.5%	2.4%	+10 pb	

Marché

- *Marché en retrait d'environ -3%, avec un taux d'épargne qui demeure élevé*

Castorama

- **Chiffre d'affaires total : -2,3% à 2 milliards de livres sterling. -2,2% à surface comparable, supérieure à la croissance du marché**, malgré les perturbations liées à la modernisation et à l'optimisation du parc de magasins. Les travaux en cours sur 10% du parc de magasins ont impacté le chiffre d'affaires à surface comparable à hauteur d'environ -0,6% au H2.
- Dans le cadre de la refonte de l'offre, 15 % des gammes ont été revues, avec des résultats encourageants sur les volumes dans les catégories surfaces & décoration, outillage et jardin. Les produits saisonniers affichent une performance supérieure à celle des autres catégories, à -0,9 %, portée par la climatisation et le jardin au 1er semestre, tandis que les catégories projets ont souffert d'une demande plus faible sur le marché, avec une performance à surface comparable de -4,5 %.
- La croissance des ventes aux **professionnels** a été portée par le déploiement réussi de l'offre CastoPro dans l'ensemble du parc au 1er semestre, par la mise en place rapide d'espaces dédiés dans 50 magasins, ainsi que par la mise en place d'un programme de fidélité dédié. Le taux de pénétration a atteint 9 % à la fin de l'exercice 25/26. Le service CastoLoc est désormais disponible dans 14 magasins, offrant un service de location d'outils à prix attractif et permettant de renforcer la visibilité de nos gammes OEB Erbauer et MacAllister.
- La croissance des ventes **e-commerce** a été portée par l'expansion rapide de la marketplace de Castorama, qui compte désormais 978 marchands et 1,6 million de références et atteint un taux de pénétration de 21 % des ventes e-commerce. *Hello Casto*, notre assistant virtuel utilisant l'IA a continué de contribuer à l'expérience client et à la conversion des ventes pour les produits 1P et 3P. L'utilisation d'*Hello Casto* a progressé de +61 %, et nous constatons que les clients qui consultent un produit via l'outil ont plus de deux fois plus de chances de l'acheter que la moyenne des clients du site castorama.fr. Nos outils internes, alimentés par IA, de recommandation produits et de personnalisation, génèrent désormais environ 30 % des ventes de l'application. Notre plateforme de monétisation des données, Core IQ, a été lancée avec succès et plus de 120 fournisseurs de produits 1P l'utilisent désormais.
- L'évolution des **surfaces** a contribué à hauteur de -0,1 % aux ventes totales de Castorama, reflétant la conversion réussie en franchises de deux magasins issus du parc existant, en juin 2025. Les trois magasins « express » affichent des performances supérieures à la moyenne du parc, ouvrant la voie à une possible expansion à terme.
- Castorama progresse rapidement dans l'optimisation et la modernisation de ses magasins les moins performants. 24 magasins (environ 25 % du parc) ont désormais été concernés par l'un des leviers suivants, avec des premiers résultats encourageants :
- **Huit magasins redimensionnés** : Quatre, finalisés au cours de l'exercice 25/26, ont enregistré en moyenne des améliorations à deux chiffres de la densité de ventes, comparées à la moyenne de Castorama France. Quatre autres doivent être finalisés en 26/27.
- **Sept rénovations complètes** : Toulon La Seyne et Givors ont été finalisés au 1er semestre, avec des performances à surface comparable nettement supérieures à la moyenne de Castorama France. Cinq autres ont été finalisés au T1 26/27.
- **Cinq modernisations légères** : les magasins rénovés au cours de l'exercice ont enregistré une amélioration de leur densité des ventes par rapport à la moyenne de Castorama France après leur réouverture.

- **Deux magasins transférés à Brico Dépôt** : A Montgeron, où la surface de vente a été réduite de 20%, la densité des ventes a progressé d'environ 10% suite au transfert du magasin vers l'enseigne Brico Dépôt. Le second magasin, au Havre, doit réouvrir au T2.
- **Franchises** : les deux premiers magasins franchisés ont ouvert en juin, avec des premiers résultats encourageants. Grâce à la conversion en franchise, ces deux magasins déficitaires contribuent désormais positivement au résultat.
- Poursuivant cette dynamique, Castorama a lancé des travaux sur **neuf magasins** supplémentaires.

Brico Dépôt

- **Chiffre d'affaires total** : **-1,8% à 1,866 millions** de livres sterling. **A surface comparable, -2,3 %**, avec une amélioration progressive entre le S1 et le S2 et une performance supérieure à celle du marché. Focus maintenu sur les ventes aux professionnels, amélioration de la proposition commerciale, gammes renforcées et positionnement prix leader sur les catégories clés.
- A surface comparable, chiffre d'affaires des catégories « cœur » en amélioration au S2 : **-2,2 %** vs **-5,1%** au S1, les investissements marketing ayant bénéficié au bâti et à la menuiserie. Les ventes des catégories projets, à **-1,2 %**, ont été soutenues par les changements de gammes sur la cuisine, mais restent pénalisées par la faiblesse du marché, en particulier au S2. Les ventes saisonnières au S2 ont progressé de **+1,1 %**, tirées par les combustibles et l'outillage de jardin motorisé.
- Les ventes aux **professionnels** ont progressé de **+26 %**, portées par le développement de la proposition commerciale. La pénétration atteint **13,1 %**, en hausse de 290 points de base, soutenue par l'efficacité du modèle de Brico Dépôt, qui offre des prix compétitifs et une disponibilité des produits en quantité chantier et répond ainsi au besoin de gain de temps des professionnels. Brico Dépôt a ouvert deux corners Pro durant l'année, enrichi ses gammes à destination des professionnels et investi dans des équipes commerciales dédiées. L'adhésion au programme de fidélité dédié a plus que doublé. Brico Dépôt a renforcé sa compétitivité prix grâce à des centaines d'offres d'achats en lot, stimulant la croissance des volumes sur des produits clés.
- La pénétration **e-commerce** a atteint **4,9%**, grâce à l'amélioration de la présence de l'enseigne sur le web
- La croissance des **surfaces** a contribué à **+0,5 %**, portée par l'ouverture réussie du magasin transféré depuis Castorama, où la densité des ventes a progressé d'environ 10% avec une surface de vente réduite d'environ 20%. Le second magasin transféré, situé au Havre, doit réouvrir au T2 26/27. Brico Dépôt France élargira également son partenariat avec Mr Bricolage, en convertissant un magasin Mr Bricolage en franchise Brico Dépôt au cours de l'exercice 26/27, en plus de l'accord existant sur l'approvisionnement en OEB (marques propres exclusives). Les trois magasins compacts de 1 000 m² actuellement ouverts continuent d'enregistrer des performances supérieures à la moyenne du parc.

Résultat opérationnel de la France

- **La marge brute a progressé de +60pb**, reflétant une gestion efficace des coûts des produits et des négociations fournisseurs, une baisse des provisions de stocks grâce à une meilleure gestion des inventaires, ainsi qu'à une baisse des coûts logistiques suite à la diminution d'environ 10 % de la surface des centres de distribution.
- **Les coûts opérationnels ont diminué de -0,6 %**, les hausses liées aux salaires, aux charges sociales et aux coûts informatiques ayant été compensées par les économies issues des réductions structurelles de coûts, et par l'ajustement des effectifs et des dépenses discrétionnaires.
- **Le résultat opérationnel a progressé de +1,0 %**, à 97 millions de livres sterling (FY 24/25 : 95 millions de livres sterling, en données publiées). La marge opérationnelle progresse de **+10pb**, à **2,5 %** (FY 24/25 : **2,4 %**) malgré un marché en recul de 3%.
- En 2024, nous avons annoncé un plan visant à atteindre un nouveau palier de performance et de rentabilité en France. Ce plan vise une marge opérationnelle d'environ 5 % à 7 % à moyen terme, grâce à différentes initiatives internes et à un effet de levier lié à l'amélioration de l'environnement de marché. Nous sommes pleinement satisfaits de la mise en œuvre de notre plan. Le marché français ayant reculé d'environ 10 % (source GfK) depuis 2024, le calendrier et la trajectoire pour parvenir à notre cible restent dépendants du rythme de reprise du marché.