
Persbericht

Gereguleerde informatie – Activiteitenverslag 1^e kwartaal 2011
Onder embargo tot dinsdag 10 mei 2011 om 7u30 CET

Deceuninck groeit verder in 2011

Omzet Q1 2011 stijgt met 6,8% tot € 116,6 miljoen

Q1 2011:

- Verkochte volume: +2.4%; valuta: -0.2%
- Prijs en mixinvloeden: +4.6%, hoofdzakelijk door het doorberekenen van de gestegen PVC-kosten.

Vooruitzichten:

- Kosten voor PVC-harsen zijn nu 15 maanden op rij gestegen. De verwachte evolutie van de grondstofkosten blijft aanzetten tot voorzichtigheid.
- Deceuninck gaat door met de inspanningen om de gestegen grondstofkosten door te rekenen aan zijn Klanten; en dit in uiterst competitieve marktomstandigheden
- In de veronderstelling dat we hierin zullen slagen, en rekening houdend met verdere maatregelen om de winstgevendheid te behouden, bevestigen we onze eerder gegeven vooruitzichten voor 2011.

Tom Debusschere, CEO van Deceuninck

“De omzet gedurende het eerste kwartaal van 2011 ligt in de lijn van onze verwachtingen, ondanks een moeilijk klimaat. De omzet was sterk in de Benelux, Frankrijk en Duitsland. De negatieve invloed van de vervroegde omzet eind vorig jaar, naar aanleiding van de uitdovende overheidspremies, bleef beperkt tot de Verenigde Staten.

Vooruitzichten 2011

We verwachten dat de omzet verder zal stijgen, met regionale verschillen. Een vergelijkbare trend met het eerste kwartaal zien we bij de binnenkomende orders aan het begin van het tweede kwartaal. Duurzaamheid en energie-efficiëntie blijven de vraag stuwen.

De huidige geopolitieke ontwikkelingen en de continue stijgende grondstofkosten blijven ons aanzetten tot voorzichtigheid. De grondstofkosten zijn 15 maanden op rij gestegen. De Europese PVC-prijsindex was in april 8% hoger dan in december 2010, en 19% hoger dan in april 2010.

De voorspellingen voor de olie- en PVC-prijzen blijven we op de voet volgen. We gaan door met de inspanningen om de gestegen grondstofkosten door te rekenen in onze verkoopprijzen en dit in uiterst competitieve marktomstandigheden.



innovation



ecology



design

In de veronderstelling dat we hierin zullen slagen, en rekening houdend met verdere maatregelen om de winstgevendheid te behouden, bevestigen we onze eerder gegeven vooruitzichten: we verwachten dat in de huidige omstandigheden de omzet en de winst in 2011 verder zullen stijgen."

Bij Deceuninck geloven we in 'building a sustainable home'. (het 'bouwen aan een duurzame (t)huis'). Voor kunststoffen wordt slechts 4 % niet-hernieuwbare fossiele brandstoffen gebruikt. Voor pvc is dat minder dan 1 %. 40 % wordt opgebrand voor de verwarming van gebouwen. Kunststof bouwproducten zijn licht en onderhoudsarm met een lange levensduur en bieden superieure isolatie. Pvc en Twinson-houtcomposiet zijn onderhoudsarme materialen die tijdens hun hele levenscyclus van meer dan 50 jaar energie besparen en op het einde van hun levensduur gerecycleerd kunnen worden. Vorig jaar werd in het kader van het 'Vinyl2010'-initiatief van de pvc-sector 250.000 ton pvc-afval van oude pvc-bouwtoepassingen ingezameld en gerecycleerd. Deceuninck blijft zijn R&D-inspanningen focussen op duurzame bouwproducten die gemakkelijk geïnstalleerd kunnen worden, licht zijn en superieure isolatiewaarden bieden. In overeenstemming met zijn businessplan zal Deceuninck zijn investeringsuitgaven verdubbelen om de duurzaamheidsdoelstellingen te realiseren op het vlak van productie, pvc-recyclage en ontwikkeling van nieuwe producten.

Duurzaam en energie-efficiënt bouwen en renoveren zal verder aan belang winnen als motor voor de bouwsector. Voor energiebesparingen bieden pvc-ramen 'best value for money' Deceuninck brengt deze boodschap naar de markt via haar visie 'Building a sustainable home'. Voor meer details raadpleeg de nieuw-geconcipieerde website www.deceuninck.com".

Omzet eerste kwartaal 2011 per regio

De geconsolideerde omzet van Deceuninck bedroeg in het eerste kwartaal 2011 € 116,6 miljoen. Dit is een jaar-op-jaar stijging met 6,8% (Q1 2010: € 109,2 miljoen) Mixeffecten hadden een positieve impact van 4,6%. Het verkochte volume steeg met 2,4%; wisselkoersen hadden nauwelijks een invloed (-0,2%)

In € miljoen	Q1 2010	Q1 2011	Verschil
West-Europa	49,2	54,3	+10,3%
Centraal & Oost-Europa (incl. Duitsland)	26,1	27,8	+6,6%
Turkije	21,2	22,4	+5,8%
Verenigde Staten	12,7	12,0	-5,3%
Totaal	109,2	116,6	+6,8%

West-Europa

De omzet van het eerste kwartaal bedroeg in West-Europa € 54,3 miljoen, een jaar-op-jaar stijging met 10,3%. De tweecijferige stijging dankt de regio aan sterke omzetcijfers in Frankrijk, de Benelux en Italië. De marktomstandigheden bleven zwak in Spanje, terwijl de marktvraag in het Verenigd Koninkrijk stabiel bleef in vergelijking met hetzelfde kwartaal een jaar voordien.

Centraal & Oost-Europa

De omzet van het eerste kwartaal steeg jaar-op-jaar met 6,6% tot € 27,8 miljoen. Bij het begin van het kwartaal was de marktvraag zwak door een lange winterperiode. Tegen het einde van het kwartaal evolueerde de omzet positief in de meeste landen. Duitsland kon sterke omzetcijfers voorleggen.

Turkije

De omzet in Turkije steeg met 5,8% tot € 22,4 miljoen (Q1 2010: € 21,2 miljoen). Bij gelijkblijvende valuta steeg de omzet met 8%. De export van Turkije naar Noord-Afrika werd negatief beïnvloed door de politieke instabiliteit in de regio. De marktvraag in Turkije zelf bleef sterk.

Verenigde Staten

De omzet tijdens het eerste kwartaal bedroeg € 12,0 miljoen tegenover € 12,7 miljoen een jaar voordien, een daling met 5,3% (-4% bij gelijkblijvende valuta). De omzet werd beïnvloed door de stopzetting eind 2010 van de renovatiepremie ter waarde van \$ 1500. De gedaalde huizenprijzen en de relatief hoge werkloosheid hadden een negatieve invloed op de activiteit in het residentiële renovatiesegment.

Financiële kalender

14	juli	2011	Activiteitenverslag 2e kwartaal 2011
26	augustus	2011	Halfjaarresultaten 2011
20	oktober	2011	Activiteitenverslag 3e kwartaal 2011

Building a sustainable home

Bij Deceuninck biedt ons engagement op vlak van innovation, ecology en design een duidelijke focus: building a sustainable home. Een (t)huis dat energiezuiniger is om in te wonen en aantrekkelijker om naar te kijken. Deceuninck verwerkt wereldwijde de nieuwste materialen tot producten die weinig onderhoud vergen, top isoleren, lang meegaan en op het einde van de gebruiksduur volledig kunnen worden gerecycleerd. Bovendien helpen onze waarden, Candor, Top Performance en Entrepreneurship ons meebouwen aan een betere wereld voor onze Partners en eindgebruikers. Deceuninck heeft sterke ambities. We willen bouwen aan een werkomgeving waarin mensen trots zijn op hun bijdrage, we willen onze positie bij de top drie in de markt versterken. Bovenop onze ecologische duurzaamheid, streeft Deceuninck naar financiële duurzaamheid. Deceuninck stelt 3000 mensen te werk in 25 landen, waarvan 700 in België. In 2010 realiseerde Deceuninck een netto resultaat van € 8,5 miljoen bij een omzet van € 558 miljoen.

Contact Deceuninck: Ludo Debever • T +32 51 239 248 • M +32 473 552 335 • ludo.debever@deceuninck.com

Einde persbericht
