
Communiqué de presse

Informations réglementées – Rapport d'activités du premier trimestre 2011

Sous embargo jusqu'au mardi 10 mai 2011 à 7 h 30 (CET)

Deceuninck poursuit sa croissance en 2011

Le chiffre d'affaires du premier trimestre 2011 progresse de 6,8% à € 116,6 millions

1^{er} trimestre 2011

- Volume de ventes : + 2,4% ; taux de change : -0,2%
- Effets prix et mix : +4,6%, principalement liés à l'intégration des coûts du PVC dans le prix de vente.

Perspectives :

- Le coût de la résine de PVC enregistre son 15^{ème} mois consécutif de hausse. L'évolution future du coût des matières premières reste une source de préoccupation.
- Deceuninck poursuit ses efforts visant à appliquer l'augmentation des coûts des matières premières à la Clientèle alors que les conditions de marché restent très concurrentielles.
- Partant du principe que les mesures qui précèdent seront couronnées de succès et considérant les mesures complémentaires visant à maintenir la rentabilité, nous confirmons notre précédente perspective pour l'ensemble de l'année 2011.

Tom Debusschere, CEO de Deceuninck

« Au premier trimestre de 2011, les ventes se sont développées conformément à nos prévisions en dépit d'un environnement difficile. La hausse du chiffre d'affaires a été forte dans le Benelux, en France et en Allemagne. L'impact négatif des ventes anticipées à la fin de l'année dernière, motivées par l'arrêt des programmes de subsides gouvernementaux, s'est limité aux États-Unis.

Perspectives 2011

Nous tablons sur une poursuite de la croissance du chiffre d'affaires avec des évolutions différentes selon les régions. Le carnet de commandes du début du deuxième trimestre indique une tendance similaire à celle observée au premier trimestre. Les mesures en faveur du développement durable et de l'efficacité énergétique continuent à soutenir la demande.

Les développements géopolitiques actuels, ainsi que le renchérissement continu des matières premières nous obligent à faire preuve de prudence. Les coûts des matières premières progressent depuis 15 mois consécutifs. En avril 2011, l'indice européen du prix du PVC était supérieur de 8 % à son niveau de décembre 2010 et supérieur de 19 % à son niveau d'avril 2010.



innovation



ecology



design

Les prévisions relatives au pétrole et au PVC sont suivies de très près. Nous poursuivons nos efforts visant à intégrer l'augmentation des coûts des matières premières dans nos prix de vente alors que les conditions du marché restent très concurrentielles.

Partant du principe que les mesures qui précèdent seront couronnées de succès et considérant nos prochains mesures visant à maintenir la rentabilité, nous confirmons notre précédente perspective à savoir : dans le contexte actuel, nous prévoyons que la hausse des ventes et du bénéfice se poursuivra au cours de l'exercice 2011. »

Perspectives à long terme :

« Deceuninck croit en la construction d'une habitation durable (« Building a sustainable home »). Les plastiques employés dans la construction n'utilisent que 4 % de carburants fossiles à base de pétrole et de gaz non renouvelables. Le PVC en utilise moins de 1%, alors que 40% de ces matières premières servent à chauffer les habitations. Les plastiques utilisés dans la construction sont légers, nécessitent peu d'entretien et procurent une isolation supérieure. Le PVC et le bois composite Twinson sont des matériaux requérant peu d'entretien, qui économisent l'énergie tout au long de leur cycle de vie (supérieur à 50 ans) et qui seront recyclés au terme de celui-ci. L'an dernier, l'initiative « Vinyl2010 » lancée par l'industrie a permis de collecter et de recycler 250 000 tonnes de PVC usagé issu de matériaux de construction en PVC de longue durée. Deceuninck continue à investir des moyens en R&D afin de concevoir des produits de construction durables, faciles à installer, légers et dotés d'un pouvoir isolant supérieur. Conformément à son business plan, Deceuninck doublera ses dépenses d'investissement pour atteindre ses objectifs de développement durable en matière de production, de recyclage du PVC et de développement de nouveaux produits.

Les projets de construction et de rénovation visant l'efficacité énergétique à long terme contribueront de plus en plus à la croissance de l'industrie de la construction. S'agissant des économies d'énergie, les fenêtres en PVC offrent toujours le meilleur rapport qualité/prix. Deceuninck informe le marché de ce message dans l'optique de sa devise « Construire une habitation durable ». Pour plus de détails sur l'histoire de Deceuninck, rendez-vous sur notre nouveau site www.deceuninck.com. »

Chiffre d'affaires par région au premier trimestre 2011

Le chiffre d'affaires consolidé de Deceuninck au premier trimestre de 2011 s'est élevé à € 116,6 millions, marquant une hausse de 6,8 % d'une année sur l'autre (1er trimestre de 2010 : € 109,2 millions). Les effets combinés (pays, prix et produit) ont un impact favorable de 4,6 %. Le volume des ventes a progressé de 2,4 %; les taux de change n'ont pratiquement pas eu d'impact (- 0,2 %).

Chiffres en € millions	Q1 2010	Q1 2011	Diff.
Europe occidentale	49,2	54,3	+10,3%
Europe centrale & orientale (y compris l'Allemagne)	26,1	27,8	+6,6%
Turquie	21,2	22,4	+5,8 %
États-Unis	12,7	12,0	-5,3%
Total	109,2	116,6	+6,8%

Europe occidentale

Au premier trimestre, le chiffre d'affaires enregistré en Europe occidentale s'est établi à € 54,3 millions, soit une hausse de 10,3 % d'une année sur l'autre. La croissance « à deux chiffres » enregistrée dans la région est due à la hauteur des ventes en France, dans le Benelux et en Italie. Les conditions du marché sont restées faibles en Espagne alors que la demande au Royaume-Uni a stagné par rapport au même trimestre de l'an dernier.

Europe centrale et orientale

Au premier trimestre, le chiffre d'affaires a progressé d'une année sur l'autre de 6,6 % à € 27,8 millions. Le début du trimestre a été marqué par un redémarrage lent en raison de la longue période hivernale. Par la suite, les ventes ont évolué favorablement dans la plupart des pays. En Allemagne, nous avons enregistré une forte hausse du chiffre d'affaires.

Turquie

Au premier trimestre, le chiffre d'affaires a progressé de 5,8% à € 22,4 millions (1er trimestre 2010 : € 21,2 millions). À taux de change constants, la croissance du chiffre d'affaires s'élève à 8 %.

Les exportations turques vers l'Afrique du Nord ont pâti de l'instabilité politique de la région. En revanche, la demande domestique est restée robuste.



États-Unis

Au premier trimestre, le chiffre d'affaires s'est élevé à € 12,0 millions comparés à € 12,7 millions un an plus tôt, ce qui représente un recul de 5,3% (-4 % à taux de change constant). Les ventes ont été affectées par la suppression, à la fin de l'année 2010, du crédit d'impôt de 1 500 dollars accordé aux travaux de rénovation. L'activité de la rénovation résidentielle était déprimée par le recul des prix immobiliers et le chômage relativement élevé.

Calendrier financier

14	juillet	2011	Rapport d'activités 2 ^{ème} trimestre 2011
26	août	2011	Résultats du 1 ^{er} semestre 2011
20	octobre	2011	Rapport d'activités 3 ^{ème} trimestre 2011

Fin du communiqué de presse

Building a sustainable home

Chez Deceuninck, notre engagement dans le domaine de l'innovation, du design et de l'écologie se concentre sur un but bien précis : construire une habitation durable. Une habitation plus performante sur le plan énergétique et plus agréable à regarder. Au niveau mondial, Deceuninck n'utilise que des matériaux de première qualité pour concevoir des produits de construction de longue durée de vie, faciles à entretenir et présentant d'excellentes propriétés d'isolation, qui peuvent être entièrement recyclés en fin de vie. En outre, nos valeurs de Candor, Top performance et Entrepreneurship nous aident à construire un monde meilleur pour nos Partenaires et les Clients finaux. Deceuninck nourrit de grandes ambitions. Nous voulons bâtir un environnement de travail dans lequel nos collaborateurs sont fiers de contribuer à notre développement et renforcer notre position parmi les 3 principaux acteurs du marché. Parallèlement à notre durabilité écologique, Deceuninck vise également à assurer sa durabilité financière. Deceuninck emploie 3 000 personnes dans 25 pays, dont 700 en Belgique. En 2010, Deceuninck a enregistré un bénéfice net de 8,5 millions d'euros sur un chiffre d'affaires de 558 millions.

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