
Persbericht

Gereguleerde informatie – Activiteitenverslag 3^e kwartaal 2011
Onder embargo tot donderdag 20 oktober 2011 om 7u30 CET

Omzet 3e kwartaal 2011 daalt met 8,2% door zwakker economische klimaat en ongunstige wisselkoersen

Deceuninck verwacht een nettowinst voor het volledige jaar 2011 door de versterking van marktpositie en de continue kostenbeheersing

Omzet derde kwartaal 2011

- Geconsolideerde omzet daalt met 8,2% tot € 139,9 miljoen (Q3 2010: € 152,4 miljoen)
- Verkocht volume: -11,2%; wisselkoersen: -5,6%
- Prijs- en mixeffecten: +8,6%, door de doorberekening van gestegen kosten voor PVC en additieven en een gunstiger geografische mix.
- Gunstige evolutie van het verkochte volume in Duitsland en Turkije contrasteerde met een zwakke vraag in de VS en Centraal & Oost-Europa. Omzet in Frankrijk was stabiel terwijl er een lichte daling was in de Benelux.

Omzet eerste negen maanden 2011

- De geconsolideerde omzet daalt met 2,1% tot € 408,8 miljoen (eerste 9 maanden 2010: € 417,7 miljoen)
- Verkocht volume: -5,7%; valuta: -3,6%
- Prijs- en mixeffecten: +7,2% door de doorberekening van gestegen kosten voor PVC en additieven en een gunstiger geografische mix.

Vooruitzichten voor 2011

- Volledig jaar 2011: een daling van de omzet tussen 3% en 4%
- In de huidige economische omstandigheden verwacht Deceuninck voor het volledige jaar 2011 een nettowinst.

Tom Debusschere, Deceuninck CEO:

"De dalende trend van de omzet sinds juni werd verdergezet. Tijdens het derde kwartaal merkten Deceuninck's Klanten een vertraging van de vraag. Het wereldwijde economische klimaat had zijn weerslag op het consumentenvertrouwen en de bereidheid om te investeren in een betere isolatie van de woningen. Bijkomend hadden ongunstige wisselkoersen een negatieve impact op de omzet, vooral de Turkse lira en de Russische roebel."



innovation



ecology



design

Sinds juni verminderde de opwaartse druk van de PVC-harsprijzen. De prijzen bleven op een historisch hoog niveau gedurende het volledige kwartaal. Prijzen voor titaandioxide en andere additieven bleven verder stijgen. De stijging van de mixfactor (land, prijs en product) met 8,6% is hoofdzakelijk toe te schrijven aan hogere verkoopprijzen. Deceuninck bevestigt hiermee dat ze er geleidelijk in slaagt in het vertraagd doorrekenen van de historisch hoge grondstofprijsstijgingen. Een sterkere vraag in de landen waar een hogere toegevoegde waarde wordt verkocht, leidde tot een gunstigere, geografische mix en droeg eveneens bij tot de stijging.

Vooruitzichten 2011

De blijvend zwakkere economische indicatoren leiden tot een meer voorzichtige verwachting voor het volledige jaar 2011. Rekening houdend met de vertraging van de vraag en continue zwakke wisselkoersen, verwachten we dat de omzet van het volledige jaar 2011 tussen 3% en 4% zal dalen.

De grondstofprijzen zijn nu stabiel en we zetten onze nauwgezette bewaking van de operationele uitgaven verder. Onze marktpositie werd in de meeste markten versterkt. In al onze productievevestigingen is de productiviteit gestegen. Het werkkapitaal en de vaste kosten worden strikt opgevolgd en onze balans is versterkt. In deze omstandigheden verwacht Deceuninck voor het volledige jaar 2011 een positief netto resultaat.

Vooruitzichten op lange termijn

*"Bij Deceuninck geloven we in '**building a sustainable home**'. 40% van niet-hernieuwbare fossiele brandstoffen worden gebruikt voor de verwarming en de afkoeling van gebouwen. Kunststoffen verbruiken 4% terwijl dit voor PVC minder dan 1% is. Kunststof bouwproducten zijn licht, hebben een lange levensduur en bieden superieure isolatie. PVC en Twinson houtcomposiet zijn onderhoudsarme materialen, die tijdens hun levenscyclus van meer dan 50 jaar energie besparen en op het einde van de cyclus zullen worden gerecycleerd. Met het oog op het behalen van haar duurzaamheidsdoelstellingen blijft Deceuninck investeren in innovatieve bouwproducten, eco-efficiënt produceren en recycleren.*

Energie-efficiënt bouwen en renoveren zal op lange termijn verder aan belang winnen als motor van 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 www.deceuninck.com."

Evolutie van de omzet per regio

In € miljoen	Q1 2011	Q1 JoJ	Q2 2011	Q2 JoJ	Q3 2011	Q3 JoJ	9M 2011	9M JoJ	Verschil 9M loc.munt
West-Europa	54,3	+10,3%	62,9	+4,0%	47,5	-3,5%	164,7	+3,6%	+12,5% -8,8%
Centraal & Oost-Europa	27,8	+6,6%	44,0	-3,8%	51,2	-10,1%	123,0	-4,5%	
Turkije	22,4	+5,8%	30,2	-1,1%	26,4	-4,1%	79,0	-0,3%	
Verenigde Staten	12,0	-5,3%	15,2	-21,5%	14,8	-20,9%	42,1	-17,2%	
Totaal	116,6	+6,8%	152,3	-2,4%	139,9	-8,2%	408,8	-2,1%	

Omzet eerste negen maanden 2011 per regio

De omzet tijdens de negen maanden van 2011 bedroeg € 408,8 miljoen, een jaar-op-jaar daling met 2,1% (eerste negen maanden 2010: € 417,7 miljoen). Mixeffecten (land, prijs en product) hadden een gunstige impact van 7,2%. Het volume daalde met 5,7%; wisselkoersen hadden een negatieve impact van 3,6%.

Omzet derde kwartaal 2011 per regio

De omzet voor het derde kwartaal 2011 bedroeg € 139,9 miljoen, een jaar-op-jaar daling met 8,2% (Q3 2010: € 152,4 miljoen). Mixeffecten (land, prijs en product) hadden een gunstige impact van 8,6%, het volume daalde met 11,2%. Wisselkoersen, vooral de Turkse lira en de Russische roebel hadden een negatieve impact van 5,6% op de kwartaalomzet.

West-Europa

De omzet in West-Europa tijdens het derde kwartaal bedroeg € 47,5 miljoen, een jaar-op-jaar daling met 3,5%. Het verzwakkende, economische klimaat had gevolgen in bijna alle landen van de regio. De omzet bleef stabiel in Frankrijk terwijl in de Benelux een lichte daling werd opgetekend. In Italië profiteerde de omzet van een stijging van het marktaandeel van hoogwaardige, energie-efficiënte PVC ramen. De vraag in het VK en in Spanje bleef zwak. De omzet tijdens de eerste negen maanden bedroeg in West-Europa € 164,7 miljoen, een jaar-op-jaar stijging met 3,6%.

Centraal & Oost-Europa (incl. Duitsland)

De omzet tijdens het derde kwartaal in Centraal & Oost-Europa bedroeg € 51,2 miljoen, een jaar-op-jaar daling met 10,1%. In bijna alle landen van de regio daalde de omzet verder en was er een jaar-op-jaar ongunstige evolutie van de wisselkoersen. Het verslechterende economische klimaat zorgde voor een vertraging van de omzetgroei op de Duitse markt. Dit resulteerde in een lage ééncijferige stijging van de verkopen. De omzet tijdens de eerste negen maanden bedroeg € 123,0 miljoen, een jaar-op-jaar daling met 4,5%.

Turkije

De omzet tijdens het derde kwartaal in Turkije daalde met 4,1% tot € 26,4 miljoen. De omzet werd beïnvloed door een verdere verzwakking van de Turkse lira. Bij gelijkblijvende wisselkoersen steeg de omzet met 15,2%.

De export van Turkije naar Noord-Afrika had nog steeds te lijden onder de politieke instabiliteit in de regio. De vraag in eigen land bleef sterk gedurende het volledige kwartaal.

De omzet tijdens de eerste negen maanden bleef stabiel op € 79,0 miljoen (eerste negen maanden 2010: € 79,2 miljoen). Bij gelijkblijvende munten steeg de omzet met 12,5%.

Verenigde Staten

De omzet tijdens het derde kwartaal van Deceuninck North America daalde met 20,9% tot € 14,8 miljoen. De omzet werd beïnvloed door een jaar-op-jaar zwakkere US dollar. Bij gelijkblijvende munten daalde de omzet 7,8%. De renovatieactiviteit in de woningmarkt had verder te lijden onder dalende huizenprijzen, relatief hoge werkloosheid en moeilijke kredietmarkten.

Tijdens de eerste negen maanden daalde de omzet met 17,2% tot € 42,1 miljoen. Bij gelijkblijvende munten verminderde de omzet met 8,8%.

Financiële kalender 2012

26	januari	2012	Activiteitenverslag 4e kwartaal 2011
23	februari	2012	Jaarresultaten 2011
8	mei	2012	Activiteitenverslag 1 ^e kwartaal 2012
8	mei	2012	Gewone algemene vergadering van aandeelhouders om 11 uur
12	juli	2012	Activiteitenverslag 2e kwartaal 2012
28	augustus	2012	Halfjaarresultaten 2012
18	oktober	2012	Activiteitenverslag 3e kwartaal 2012

Einde van het persbericht

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 wereldwijd 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 mee bouwen 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