
Persbericht

Gereguleerde informatie – Activiteitenverslag 1e trimester 2013
Onder embargo tot dinsdag 14 mei 2013 om 7u30 CET

Zwakke omzet tijdens winter in Europa gedeeltelijk gecompenseerd door sterke groei in Turkije en de VS

Omzet Deceuninck in Q1 2013: € 111,2 miljoen (-5,8%)

Opsplitsing omzet Q1 2013

- Geconsolideerde omzet daalt in Q1 2013 met 5,8% tot € 111,2 miljoen (Q1 2012: € 118,0 miljoen).
- Volume: -2,0%. Europa: hoger aantal weerverletdagen dan Q1 2012, gecombineerd met zwakke onderliggende economische activiteit. Volumegroei in Turkije en de VS.
- Wisselkoerseffecten: -0.3%
- Mixeffecten: -3.5% door een gewijzigde product- en landenmix.

Tom Debusschere, Deceuninck CEO:

"Het jaar 2013 begon moeilijker dan verwacht. De harde en lange winter zorgde voor een hoger aantal weerverletdagen in de bouw vergeleken met het eerste trimester van 2012. Dit gecombineerd met een zwakke onderliggende vraag in Europa resulteerde in een daling van de omzet met 15% en 9% in respectievelijk West-Europa en Centraal & Oost-Europa. Turkije en onze Emerging Markets bleven zich verder gunstig ontwikkelen met een omzetstijging van 14%. De omzet in de VS steeg met 1,9% ondanks slechte winterse toestanden in de noordelijke staten.

Ondertussen introduceren we onze jongste innovaties. In België en Frankrijk begonnen onze eerste klanten met de productie van glasvezelversterkte Zendow#neo-ramen. Tijdens vakbeurzen in België, Italië en het VK lanceerden we met succes onze nieuwe Omniral-ramen. Omniral is onze nieuwe beschermde coating technologie met de 'look and feel' van poederlak. Ons nieuw proces kleurt alle 4 zijden van het PVC profiel. Zo verkrijgt de eindconsument een volledig gekleurd raam. Geen 'wit plastic' meer... Ook bij het openen van het raam is geen PVC zichtbaar.

Vooruitzichten voor het volledige jaar 2013

Het eerste trimester is zoals steeds ons zwakste. Aan het begin van het tweede trimester merken we een verbetering van het orderboek door de warmere temperaturen..

We verwachten een verdere zwakke vraag in West- en Centraal Europa, met uitzondering van Duitsland. De schuldencrisis en de besparingen bij de overheid wegen verder op het consumentenvertrouwen, dus ook op de renovatie voor een betere woningisolatie. De marktomstandigheden in onze groeiemarkten Rusland, Turkije en de VS blijven goed.

Dit onzeker beeld, samen met de beperkte visibiliteit op het orderboek, eigen aan onze industrie, laten Deceuninck niet toe een becijferde prognose te geven voor het jaar 2013.

We beschermen verder onze marges en blijven winstgevend door innovatie, verdere productiviteitsverbeteringen en een strikte kostenbeheersing"



innovation



ecology



design

Innovation – PVC blijft de meest economische oplossing als het op isolatie aankomt. Deceuninck lanceerde het Zendow#neo raamsysteem. Deceuninck biedt nu een raamsysteem aan dat de traditionele metalen versterking vervangt door een vooraf ingebouwde versteviging met glasvezels. Dit hoogtechnologisch linktrusion®-concept biedt de beste isolatie bij het laagst mogelijke grondstoffenverbruik. "De meest groene grondstof is degene die je niet verbruikt." Deceuninck North America verhoogde de capaciteit voor de productie van Innergy®, de exclusieve glasvezelversterking, die omwille van betere isolatie-eigenschappen aluminium vervangt.

Ecology – PVC vermindert verder zijn ecologische voetafdruk. In oktober opende Deceuninck een nieuwe fabriek voor de recyclage van postconsumer harde PVC in Diksmuide (België) op de terreinen van de bestaande PVC compoundingfabriek. Door de integratie ervan in bestaande gebouwen en terreinen en door het gebruik van de bestaande infrastructuur en labo-apparatuur kon Deceuninck de uitgaven voor deze investering beperken tot € 3 miljoen. De bouw 'greenfield' van een vergelijkbare fabriek met een capaciteit van 20.000 ton per jaar zou een investering van € 12 miljoen gevergden hebben. Deceuninck verwacht tegen 2016 op volle capaciteit te draaien.

In Turkije bracht Egemen/Deceuninck Flora op de markt, een gecoëxtrudeerd systeem voor een beter hergebruik van gerecycleerde grondstof.

Design – PVC ramen worden nu ook echt een esthetische, architecturale oplossing voor een mooie woning, school of kantoor. We brengen steeds meer oogstrelende houtdecoren en gecoate kleuren op de markt. In 2012 investeerde Deceuninck in een nieuwe geautomatiseerde coatingfabriek in Gits, België. Met het nieuwe beschermde coatingproces produceert Deceuninck profielen met een poederlak uitzicht aan de 4 zijden, met als resultaat een raam zonder zichtbaar plastic. De nieuwe Omniral®-coating bezorgt aan de eindklant het uitzicht en het aanvoelen van een aluminium raam, maar met de isolatiewaardes van een hoogkwalitatief PVC product. Omniral® werd gelanceerd op vakbeurzen in België, Italië en het Verenigd Koninkrijk.

Markten

In miljoen €	Q1 2013	Q1 JoJ	Var. Q1 loc.munt
West-Europa	43,5	-15,0%	
Centraal & Oost-Europa	27,0	-9,2%	
Turkije en Emerging Markets	26,5	+14,2%	+15,0%
Verenigde Staten	14,2	+1,9%	+ 4,8%
Totaal	111,2	-5,8%	

West-Europa

In West-Europa bedroeg de omzet van het eerste trimester € 43,5 miljoen, een daling jaar-op-jaar met 15%. Uitzonderlijk lange en harde winteromstandigheden en een zwakke onderliggende vraag wogen op de bouwactiviteit in heel de regio. Zo waren er bijvoorbeeld dubbel zoveel weerverletdagen in België in vergelijking met het eerste trimester 2012..

In België en Frankrijk was de onderliggende vraag zwak. In Italië echter steeg tegen de trend in de omzet door de succesvolle lancering van productinnovaties tijdens vakbeurzen aan het begin van het jaar. De verkoop van raamsystemen in het Verenigd Koninkrijk lijkt uit te bodemen.

Over het algemeen blijft een zwak consumentenvertrouwen door de aanhoudende economische en financiële crisis wegen op de renovatie en nieuwbouw in de regio.

Centraal & Oost-Europa (inclusief Duitsland)

De omzet tijdens het eerste trimester in Centraal & Oost-Europa bedroeg € 27,0 miljoen, een daling jaar-op-jaar met 9,2%. De vergelijkingsbasis jaar-op-jaar was moeilijk. Uitzonderlijk lange en harde winteromstandigheden hadden een impact op de bouwactiviteit in de meeste landen van de regio, inclusief Rusland. Met uitzondering van Duitsland en Rusland wegen overheidsbesparingen en een gebrek aan consumentenvertrouwen op energie-efficiënte renovatie en woningbouw.

Turkije en Emerging Markets

De omzet in Turkije en Emerging Markets steeg met 14,2% tot € 26,5 miljoen (bij gelijkblijvende wisselkoersen met 15%). Een sterke economische groei ligt aan de basis van sterke verkoopvolumes in de lokale markt en de exportmarkten. Op de lokale markt was de omzet bij nieuwbouwwoningen sterker dan voor renovatie.

Een geleidelijke opbouw van de verkopen in India en Zuid-Amerika is begonnen vanuit onze lokale verkoopkantoren.

Verenigde Staten

Deceuninck North America presteerde sterk tijdens het eerste trimester met een omzet van € 14,2 miljoen, een stijging met 1,9%. Bij gelijkblijvende wisselkoersen steeg de omzet met 4,8% ondanks slechte weersomstandigheden in het Noorden tijdens de maand maart. De omzetstijging was bescheiden maar constant, gedreven door een duurzaam herstel van de huizenmarkt en een verbeterd consumentenvertrouwen. In de maand maart overschreed het aantal gestarte nieuwbouwwoningen de psychologische drempel van één miljoen eenheden. De omzet bij Deceuninck North America groeide onder impuls van productinnovaties, nieuwe Klanten en de verkoop van grondstof aan derden.

Financiële kalender 2013

23	juli	2013	Halfjaarresultaten 2013
24	oktober	2013	Activiteitenverslag 3e trimester 2013

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 bijna 2700 mensen te werk in 25 landen, waarvan 600 in België. In 2012 realiseerde Deceuninck een nettowinst van € 4,2 miljoen bij een omzet van € 556,9 miljoen.

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