

## Communiqué de presse

Informations réglementées – Rapport d'activités du premier trimestre 2014

Sous embargo jusqu'au mardi 13 mai 2014 à 7 h 00 (CET)

**Au 1<sup>er</sup> trimestre, hausse des ventes à 115 millions € (+3,8 %) et du volume (+11,4 %), soutenus par un hiver doux, malgré des taux de change défavorables (-8,4 %)**

### Ventilation des ventes

|                       | 2014         |
|-----------------------|--------------|
| D'une année à l'autre | 1T           |
| Taux de change        | -8,4%        |
| Volume                | +11,4%       |
| Mix                   | +0,9%        |
| <b>Total</b>          | <b>+3,8%</b> |

### Tom Debusschere, CEO de Deceuninck :

La croissance « à deux chiffres » du volume des ventes en Europe et en Turquie au premier trimestre a dépassé nos attentes. Exprimée en euro, la hausse des ventes a cependant pâti de l'appréciation de la monnaie unique par rapport aux autres devises (principalement TRY, RUB, USD et CZK).

En Europe, l'hiver a été doux comparé aux conditions très rigoureuses du premier trimestre de 2013. Nous estimons que la croissance du volume des ventes dans la zone euro a été alimentée principalement par la météo favorable plutôt que par une amélioration soutenue de l'activité de la rénovation et de la construction. Des hausses de ventes à deux chiffres ont été enregistrées dans tous les marchés, à l'exception de la France et de certains pays de la région des Balkans.

Les ventes aux États-Unis ont progressé de 4 % à taux de change constants, malgré des conditions hivernales difficiles, confirmant ainsi la force de la demande sous-jacente.

La croissance se poursuit en Turquie et dans les marchés émergents. Les ventes y ont augmenté de 15 % à taux de change constants, soutenues par un hiver doux et des gains de compétitivité. La base de coûts peu élevée et la disponibilité de personnel très qualifié permettent à notre division turque de devenir la plateforme d'exportation de Deceuninck. Les marchés en Asie, en Afrique et en Amérique latine sont desservis à présent au départ de la Turquie, qui leur fournit des produits concurrentiels de qualité supérieure. Après le lancement d'un nouvel entrepôt en Inde en 2012, Deceuninck a inauguré un entrepôt à Santiago de Chile pour couvrir le marché d'Amérique latine.



innovation



ecology



design

### Perspectives pour l'ensemble de l'exercice 2014

*Dans la plupart des régions d'Europe, le taux de chômage élevé et le sentiment négatif persistant dans le secteur de la construction pèsent sur le redressement conjoncturel. Principalement le marché en France nous inquiète. Au contraire, les marchés au Royaume-Uni et en Allemagne continuent de s'inscrire dans une tendance à la hausse. Le début du deuxième trimestre marque une stabilité des ventes d'un exercice à l'autre. Aux États-Unis, nous tablons sur la poursuite des très bons résultats après une saison hivernale très rude. La Turquie et les marchés émergents s'inscrivent toujours dans une tendance vers la hausse.*

*La reprise économique fragile ainsi que la volatilité des taux de change ne permettent pas à Deceuninck de donner une guidance chiffrée pour l'ensemble de l'exercice 2014. La faiblesse de la lire turque et du rouble russe devraient avoir un impact sur le chiffre d'affaires consolidé et l'EBITDA.*

*Nous continuons à protéger nos marges grâce aux innovations, aux améliorations continues de notre productivité et au contrôle rigoureux de nos coûts. »*

### Ventilation des ventes par région

| En millions d'€              | 2014<br>T1   |              | Diff. 2013/14<br>Monn.loc. |
|------------------------------|--------------|--------------|----------------------------|
| Europe occidentale           | 46,4         | +6,7%        |                            |
| Europe centrale & orientale  | 29,3         | +8,5%        |                            |
| Turquie et Marchés Émergents | 25,5         | -3,8%        | +15,1%                     |
| Amérique du Nord             | 14,3         | +0,5%        | + 4,0%                     |
| <b>Total</b>                 | <b>115,5</b> | <b>+3,8%</b> |                            |

### Europe occidentale

Au premier trimestre de 2014, le chiffre d'affaires réalisé en Europe occidentale a progressé de 6,7 % à 46,4 millions d'euros (1<sup>er</sup> trimestre de 2013 : 43,5 millions d'euros), soutenu par des conditions hivernales exceptionnellement douces.

Tous les pays ont affiché une croissance des ventes à deux chiffres, à l'exception de la France où l'activité s'est fortement contractée tant au niveau des nouvelles constructions que du marché de la rénovation.

Les ventes au Royaume-Uni et en Italie sont restées solides. La Belgique a également montré des signes d'amélioration. Le redressement de la demande aux Pays-Bas et en Espagne se poursuit.



## **Europe centrale et orientale (y compris l'Allemagne)**

Au premier trimestre de 2014, le chiffre d'affaires réalisé en Europe centrale et orientale a progressé d'un exercice à l'autre de 8,5 % à 29,3 millions d'euros (1<sup>er</sup> trimestre de 2013 : 27,0 millions d'euros). Les ventes ont été affectées par la faiblesse des devises telles que les RUB et CZK.

Tous les marchés ont enregistré une croissance à deux chiffres à l'exception de certains pays de la région des Balkans.

Les conditions hivernales très clémentes ont soutenu les ventes. Les volumes en Russie ont été robustes et n'ont pas souffert de la montée des tensions à la frontière ukrainienne.

Le concept « Building a sustainable home. Innovation-Ecology-Design » a bénéficié d'une reconnaissance internationale majeure dans les salons auxquels Deceuninck a participé en ce début d'année. Ainsi, à la foire Fensterbau/Frontale à Nürnberg, qui est le grand rendez-vous biennal européen dédié aux fenêtres, Inoutic/Deceuninck a emporté le prix de l'innovation en architecture pour un châssis d'une porte produit à partir du matériau américain breveté Rovex™. Rovex™ est une technologie de pointe, à base de fibre de verre renforcé. Les profilés Rovex™ constituent une excellente alternative aux renforcements métalliques mal isolés.

## **Turquie & Emerging Markets**

Au premier trimestre, le chiffre d'affaires réalisé en Turquie & Emerging Markets a reculé de 3,8 % à 25,5 millions d'euros (à taux de change constants : +15,0 %). Malgré un ralentissement de la croissance économique et des tensions politiques, les volumes ont augmenté en raison de la douceur hivernale et des gains de compétitivité. Mais la dépréciation de 29 % de la TRY d'un exercice à l'autre a annihilé l'effet volume positif.

Le développement graduel de l'activité en Inde et en Amérique du Sud se poursuit. La Turquie est devenue la plateforme d'exportation de Deceuninck pour les marchés émergents en voie de développement grâce à sa base de coûts compétitive, à la disponibilité d'une main d'œuvre qualifiée et à une offre de produits satisfaisant les besoins du marché local. Les objectifs régionaux actuels visent l'Amérique latine et l'Inde.

Les ventes en Inde sont l'œuvre de la filiale turque, Ege Profil, qui opère à partir d'un entrepôt à Chennai.

Pour l'Amérique latine, Ege Profil et Deceuninck North America ont mis les produits en place pour satisfaire tous les besoins de la région. En 2013, Ege Profil a créé Deceuninck Importadora Ltda à Santiago du Chili avec un entrepôt de 3 600m<sup>2</sup>.

## L'Amérique du Nord

Au premier trimestre, le chiffre d'affaires réalisé en Amérique du Nord est resté stable (+0,5 %) à 14,3 millions d'euros. À taux de change constants, les ventes ont progressé de 4,0 % malgré un hiver très rude, confirmant la force de la demande sous-jacente. L'activité de la rénovation reste forte mais la croissance du marché est freinée par la pénurie de main d'œuvre et les restrictions de crédit. Le marché des nouvelles constructions continue sur la voie du redressement graduel. La stratégie de Deceuninck North America consistant à lancer des produits et des matériaux innovants, à augmenter la notoriété de la marque, à recruter de nouveaux clients et à renforcer les relations avec les clients actuels porte ses fruits. Ce qui se traduit par une hausse des ventes supérieure à la moyenne du marché.

### Calendrier financier 2014

|    |         |      |   |
|----|---------|------|---|
| 23 | juillet | 2014 | Résultats 1 <sup>er</sup> semestre 2014           |
| 23 | octobre | 2014 | Rapport d'activités 3 <sup>e</sup> trimestre 2014 |

---

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 avec une 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 2 700 personnes dans 25 pays. En 2013, Deceuninck a enregistré un bénéfice net de 8,4 millions d'euros sur un chiffre d'affaires de 536,5 millions d'euros.

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