

Persbericht

Gereguleerde informatie – Activiteitenverslag 1Q 2015
Onder embargo tot dinsdag 12 mei 2015 om 7u00 CET

1Q 2015 omzet: groei met +18% tot € 136 miljoen.

- Omzet bij vergelijkbare consolidatiekring: +8.7%
- Verlenging en verbetering van de kredietfaciliteiten
- Stijging PVC kosten baart zorgen

Opsplitsing omzet

% op omzet	1Q 2015
Omzet (in € miljoen)	136,2
Wisselkoers	+4,6%
Volume	+3,1%
Mix	+1,0%
Wijziging consolidatiekring	+9,3%
Totaal	+18,0%

Tom Debusschere, Deceuninck CEO:

"De 8,7% omzetgroei bij vergelijkbare consolidatiekring van Deceuninck tijdens het eerste kwartaal heeft de verwachtingen overtroffen. In het bijzonder toont de 20% volumegroei in Noord-Amerika, ondanks extreem winterweer in het Noordoosten, aan dat we verder ons marktaandeel verhogen in een aantrekkelijke markt. In Turkije werden we geholpen door de bijdrage van de omzet van Pimaş, terwijl het organische volume stabiel bleef. In het Verenigd Koninkrijk, Spanje en Italië bleven we sterk groeien. De tweecijferige volumegroei in Polen en Tsjechië betekende een breuk met de trend van de voorafgaande kwartalen. De bouwactiviteit in Frankrijk, België en Duitsland blijft zwak in een zeer competitieve markt. Het volume in Rusland daalde door de zwakke economie die de immobiliënmarkt en het consumentenvertrouwen aantast.

Dankzij een sterkere balansstructuur (als gevolg van de kapitaalsverhoging van augustus 2014) en gunstige marktomstandigheden heeft Deceuninck betere voorwaarden kunnen onderhandelen op zijn kredietfaciliteiten. Tevens werd de looptijd van deze faciliteiten met 3 jaar verlengd (tot 2020).

Vooruitzichten 2015

Bij het begin van het tweede kwartaal is het niveau van onze orderboeken normaal voor de tijd van het jaar. In alle regio's verwachten we dat de volumetrend zich zal doorzetten in het tweede kwartaal.



innovation



ecology



design

We zijn heel erg bezorgd over het stijgend aantal force-majeure-verklaringen voor Europees chemisch basismateriaal en heel in het bijzonder voor PVC hars, wat al geleid heeft tot drastische stijging van de kosten. Voor de verwerkers van PP en PE hebben grondstoftekorten geleid tot productiestilstanden; hetzelfde kan gebeuren bij verwerkers van PVC indien deze situatie voortduurt.

Deceuninck heeft al proactief maatregelen genomen in aankoop, productie en verkoop zodat we de beschikbaarheid van onze producten kunnen garanderen en de volatiele kosten opvangen via prijsmanagement.

We blijven ervan overtuigd dat onze projecten om continue innovaties te lanceren, de productiviteit te verbeteren, de structuurkosten te verminderen en onze discipline om de gestegen grondstofkosten door te berekenen aan de markt onze marges zullen ondersteunen en een verdere groei van de nettowinst mogelijk zullen maken."

Opsplitsing omzet per regio

In € miljoen	2015		Var.2013
	1Q		Loc.munt
West-Europa	46,9	+1,0%	
Centraal & Oost-Europa	27,9	-4,6%	+1,5%
Turkije & Emerging Markets	40,4	+58,6%	+47,1%
Noord-Amerika	21,0	+47,1%	+ 19,5%
Totaal	136,2	+18,0%	

West-Europa

De omzet in 1Q 2015 steeg met 1,0% tot € 46,9 miljoen (1Q 2014: € 46,4 miljoen)

De trends in de regio bleven uiteenlopend. De tweecijferige groei in het VK, Spanje, Italië en Nederland werd tenietgedaan door de zwakke vraag in Frankrijk en België, 2 markten die verder inkrompen. Frankrijk verwacht dat de impact van de steunmaatregelen van de overheid om de nieuwbouw en renovatie nieuw leven in te blazen pas in de tweede helft van het jaar zal leiden tot een hernieuwde dynamiek van de markt.

De groei in het VK, die sterk blijft, komt zowel van de bestaande als van nieuwe klanten.

Centraal & Oost-Europa (incl. Duitsland)

De omzet in Centraal & Oost-Europa in 1Q 2015 daalde jaar-op-jaar met 4,6% tot € 27,9 miljoen (1Q 2014: € 29,3 miljoen). Bij gelijkblijvende wisselkoersen steeg de omzet met 1,5%.

In de omzet zijn de verkopen van Pimaş in de regio, hoofdzakelijk in Rusland, inbegrepen.

De omzet in de regio levert een gemengd beeld: volumes stijgen in Polen en Tsjechië, terwijl de volumes daalden in Rusland en Duitsland. De omzet groeide met twee cijfers in Polen en in de cluster Tsjechië, Slowakije en Hongarije. Nieuwe klanten, meer verkopen bij de grote klanten en een vervroegde omzet bij bouwproducten liggen aan de basis van deze stijging.

De Duitse markt blijft verder de gevolgen voelen van de import uit Oost-Europese landen met lage loonkosten. Zwak consumentenvertrouwen ten gevolge van de economische sancties hebben steeds meer invloed op de nieuwbouw- en renovatie-activiteit in Rusland.

Turkije & Emerging Markets

De omzet in Turkije & Emerging Markets steeg met 58,6% tot € 40,4 miljoen. (Bij gelijkblijvende wisselkoers +47,1%). De verkopen van Pimaş in Turkije zijn opgenomen in deze omzet. Het organische volume op de lokale Turkse markt bleef min of meer stabiel door de vertraging van de Turkse economie door de politieke spanning in de aanloop naar de parlementsverkiezingen in juni. Het consumentenvertrouwen is zwak na de devaluatie van de Turkse lire tegenover de USD met 11% tijdens 1Q 2015. Export naar Noord-Afrika heeft te lijden onder het moeilijke, politieke klimaat.

Turkije is Deceuninck's exporthub voor de ontwikkeling van Emerging Markets en werkte verder aan de uitbouw van nieuwe markten in Zuid-Amerika en India.

Noord-Amerika

De omzet van 1Q 2015 steeg met 47,1% tot € 21,0 miljoen. Bij een onveranderde wisselkoers steeg de omzet met 19,5%.

De activiteit was zowel sterk in het renovatie- als in het nieuwbouwsegment ondanks extreme wintertoestanden in het noordoosten met uitzonderlijk lage temperaturen en hevige sneeuwval. De strategie van Deceuninck North America (DNA) met de lancering van innovatieve producten en materialen, het creëren van naambekendheid en een consistent leveren met "nul tekorten" wierp vruchten af. DNA haalde nieuwe klanten binnen en bestaande klanten breiden hun assortiment uit met nieuwe productlijnen. Als resultaat groeide de omzet sterker dan het marktgemiddelde.

Financiële kalender 2015

22	juli	2015	Halfjaarresultaten 2015
21	oktober	2015	Activiteitenverslag 3Q 2015

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 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 3400 mensen te werk in 25 landen. Deceuninck heeft productievestigingen in België, Chili, Frankrijk, Duitsland, Polen, Rusland, Thailand, de Tsjechische Republiek, Turkije, het VK en in de VS.

In 2014 realiseerde Deceuninck een nettowinst van € 10,5 miljoen bij een omzet van € 552,8 miljoen.

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

Persbericht

Gereguleerde informatie – 1Q 2015 Activiteitenverslag_NL

www.deceuninck.com