

## Communiqué de presse

Informations réglementées – Rapport d'activités du troisième trimestre 2015  
Sous embargo jusqu'au mercredi 21 octobre 2015 à 7 h (CET)

### Au 3<sup>e</sup> trimestre 2015, progression des ventes de 18,2 % à 167,1 millions d'euros.

- Poursuite de la forte croissance aux États-Unis et en Turquie & Emerging Markets
- Reprise du marché de la construction et de la rénovation en Europe occidentale (à l'exception de la France), avec une croissance des ventes à deux chiffres
- Poursuite du recul des ventes en Russie, dans un environnement hautement concurrentiel

### Ventilation des ventes

% chiffre d'affaires	1T2015	2T 2015	3T2015	9M2015
<b>Chiffre d'affaires</b> (en million d'€)	<b>136,2</b>	<b>175,9</b>	<b>167,1</b>	<b>479,2</b>
Taux de change	+4,6%	+3,9%	-0,3%	+2,6%
Volume	+3,1%	+4,6%	+4,6%	+4,2%
Mix	+0,9%	-2,3%	+2,1%	+0,2%
Changement du périmètre	+9,4%	+12,0%	+11,8%	+11,2%
<b>Total</b>	<b>+18,0%</b>	<b>+18,2%</b>	<b>+18,2%</b>	<b>+18,2%</b>

#### Tom Debusschere, CEO de Deceuninck :

« La croissance en volume sur la plupart des marchés continue à dépasser nos prévisions.

En Europe, nous connaissons une reprise des activités de construction et de rénovation, en particulier au Benelux, en Espagne, en Italie et au Royaume-Uni. Le marché allemand des fenêtres subit la pression croissante des importations d'Europe orientale. Le marché français s'est à présent stabilisé à un niveau bas, reflétant la faible confiance des consommateurs. Le recul du volume en Russie reste important, encore aggravé par la dévaluation du rouble. Après la levée de la plupart des cas de force majeure, l'offre de résine de PVC en Europe est restée stable, avec une évolution des prix en voie de normalisation, toujours au-dessus du niveau de l'année 2014..

En Turquie, le marché domestique s'est tassé sur fond de climat politique incertain. Cependant, la force de la marque Pimapen nous fait gagner des parts de marché. La construction de notre



innovation



ecology



design

nouvelle usine et du centre logistique de 78 300 m<sup>2</sup> à Menemen ainsi que la consolidation de nos deux usines près d'Istanbul restent en bonne voie.

Aux États-Unis, nous avons annoncé la construction d'une nouvelle usine à Reno, au Nevada, pour accroître notre part du marché sur la côte ouest américaine et pour renforcer notre position dans le top 3 national.

#### Perspectives 2015

Nous prévoyons que la tendance haussière des ventes observée au cours des trimestres écoulés se poursuivra au 4<sup>e</sup> trimestre 2015. Nous confirmons que les actions que nous entreprenons sans relâche pour introduire des innovations et améliorer la productivité soutiendront nos marges et nous permettront de continuer à faire croître nos bénéfices nets. »

#### Faits marquants

- Deceuninck annonce la construction d'une nouvelle usine à Fernley, près de Reno (Nevada) pour mieux desservir la côte ouest des États-Unis.
- Evelyn Deceuninck, la fille aînée d'Arnold Deceuninck succède à son père en tant que membre du Conseil d'Administration. Après 42 ans d'engagement pour la société, le Conseil a exprimé sa profonde reconnaissance à Arnold Deceuninck. Le Conseil a nommé Arnold Deceuninck membre honoraire.
- Philippe Maeckelberghe, CFO depuis 2008, dirigera l'audit interne de l'entreprise à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2016.
- Le Conseil d'Administration a nommé Wim Van Acker en qualité de CFO et membre de l'Executive Team à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2016. Wim apporte ses 18 années d'expérience chez AT Kearney, Swift, Vitalo et Balta, où il a exercé diverses fonctions financières au niveau supérieur. Il est titulaire d'un diplôme en ingénierie commerciale (Leuven, Belgique) et d'un MBA de la Cornell University (New York City, États-Unis).

### Ventilation des ventes par région au 3e trimestre et pour les 9 premiers mois de 2015

En million d'€	Var. 1T 2014/2015	Var. 2T 2014/2015	3T 2015	Var. 3T 2014/2015	Var. 3T Lok.munt	9M 2015	Var. 9M 2014/2015	Var.9M Lok.munt
Europe occidentale	+1,0%	+9,7%	45,9	+11,6%		147,5	+7,3%	
Europe centrale & orientale	-4,6%	-9,1%	43,2	-3,6%	-0,4%	108,6	-5,8%	-1,3%
Turquie & Emerging Markets	+58,6%	+48,8%	46,2	+48,6%	+65,2%	138,6	+51,5%	+54,3%
Amérique du Nord	+47,1%	+39,5%	31,7	+30,7%	+7,8%	84,5	+37,8%	+12,4%
<b>Total</b>	<b>+18,0%</b>	<b>+18,2%</b>	<b>167,1</b>	<b>+18,2%</b>		<b>479,2</b>	<b>+18,2%</b>	

## Europe occidentale

Au troisième trimestre de 2015, le chiffre d'affaires réalisé en Europe occidentale a progressé de 11,6 % à 45,9 millions d'euros. Au terme des 9 premiers mois de 2015, les ventes ont enregistré une hausse de 7,3 % à 147,5 millions d'euros. Les ventes ont poursuivi leur croissance à deux chiffres au Royaume-Uni, aux Pays-Bas, en Espagne et en Italie. En Belgique, les ventes ont également affiché une belle amélioration, en progressant d'un peu moins de 10 %.

En France, les ventes se sont stabilisées après un premier semestre faible. Malgré d'importants incitants fiscaux, le marché français reste faible, reflétant le niveau des indicateurs de confiance de la construction résidentielle et des consommateurs en général.

La stratégie en Europe occidentale consistant à lancer de réelles innovations, telles que la fenêtre premium Zendow#neo renforcée de fibre de verre et le coulissant slimline iSlide#neo en France a permis de gagner de nouveaux clients et des parts de marché.

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

Au troisième trimestre de 2015, les ventes en Europe centrale et orientale ont reculé de 3,6 % à 43,2 millions d'euros (elles se révèlent quasi stables à taux de change constants : -0,4 %).

Au terme des 9 premiers mois de 2015, les ventes ont baissé de 5,8 % à 108,6 millions d'euros (- 1,3 % à taux de change constants).

La tendance observée au premier semestre s'est globalement poursuivie, avec une croissance à deux chiffres en Pologne et une hausse proche de 10 % dans la région formée par la République tchèque, la Slovaquie et la Hongrie.

Les ventes de fenêtres Inoutic sur le marché domestique allemand ont reflué au troisième trimestre. Les importations vers l'Allemagne de fenêtres en provenance d'Europe orientale ont un impact croissant. En Russie, la détérioration de la confiance des consommateurs et la forte dépréciation du rouble ont affecté sévèrement le nombre de nouvelles constructions et de rénovations. Selon des estimations, le marché russe des fenêtres s'est contracté de 15 % en 2014 et les premiers indicateurs pour 2015 affichent un nouveau recul de 30 %.

## Turquie et marchés émergents

Au troisième trimestre de 2015, les ventes en Turquie et dans les marchés émergents ont progressé de 48,6 % à 46,2 millions d'euros (+ 65,2 % à taux de change constants).

Au terme des 9 premiers mois de 2015, les ventes en Turquie et dans les marchés émergents ont augmenté de 51,5 % à 138,6 millions d'euros (+ 54,3 % à taux de change constants).

Avec l'acquisition de Pimapen en 2014, Deceuninck détient à présent trois marques dans le segment premium du second plus grand marché de fenêtres en PVC : Egepen Deceuninck, Winsa et Pimapen. Le marché s'est légèrement tassé en raison des incertitudes politiques. Deceuninck a cependant fait mieux que le marché en exploitant au maximum la force de ses marques à travers plus de 3000 points de vente et par des campagnes publicitaires nationales à destination du grand public. Le succès des ventes turques à l'exportation dans les nouveaux marchés émergents est variable. La construction de notre nouvelle usine de 78 300 m<sup>2</sup> à Menemen ainsi que la consolidation de nos deux usines près d'Istanbul restent en bonne voie.



## Amérique du Nord

Au troisième trimestre de 2015, les ventes en Amérique du Nord ont augmenté de 30,7 % à 31,7 millions d'euros (+ 7,8 % à taux de change constants).

Au terme des 9 premiers mois de 2015, les ventes en Amérique du Nord ont progressé de 37,8 % à 84,5 millions d'euros (+ 12,4 % à taux de change constants).

Les nouvelles constructions résidentielles et les activités de rénovation ont continué à croître et à enregistrer d'excellentes performances. La progression de l'activité concerne aussi bien les maisons individuelles neuves que les immeubles résidentiels neufs. La confiance des professionnels de la rénovation reste solide, avec un indice RMI (Remodeling Market Index) évoluant toujours à des niveaux historiques élevés.

Deceuninck North America continue à intensifier ses efforts pour convaincre ses clients existants et prospects des avantages de ses derniers produits et matériaux innovants tout en maintenant sa politique de « zéro commande en souffrance » et en accroissant la notoriété de sa marque.

En septembre 2015, Deceuninck a annoncé la construction d'une nouvelle usine à Fernley, près de Reno (Nevada), qui devrait être opérationnelle au deuxième trimestre de 2016. Deceuninck North America profitera de la présence de ses activités opérationnelles sur la côte Ouest pour gagner des parts de marché dans cette région attrayante du pays.

### Calendrier financier 2016

25	février	2016	Résultats annuels 2015
10	mai	2016	Rapport d'activités 1e trimestre 2016
10	mai	2016	Assemblée générale annuelle des actionnaires à 11h00 CET
20	juillet	2016	Résultats 1e semestre 2016
21	octobre	2016	Rapport d'activités 3e trimestre 2016

---

Fin du communiqué de presse

---

### Building a sustainable home

Chez Deceuninck, notre engagement dans le domaine de l'innovation, de l'écologie et du design 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 dernier cri 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. Outre la durabilité écologique, Deceuninck ambitionne également de pérenniser sa durabilité financière. Deceuninck emploie 3 400 personnes dans 25 pays. Deceuninck dispose de sites de production en Allemagne, en Amérique du Nord, en Belgique, au Chili, en Croatie, en France, en Pologne, au Royaume Uni, en Russie, en Thaïlande et en Turquie. En 2014, Deceuninck a enregistré un bénéfice net de 10,5 millions d'euros sur un chiffre d'affaires de 552,8 millions d'euros.

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