

Communiqué de presse

Information réglementée – Rapport d'activités 2^e trimestre 2010

Sous embargo jusqu'au jeudi 15 juillet 2010 à 7h30 CET

Hausse de 14 % des ventes au 2^e trimestre 2010 par rapport au 2^e trimestre 2009; volume + 6,8 % en glissement annuel Deceuninck maintient le cap pour atteindre un retour à la rentabilité

2^e trimestre 2010 :

- Hausse de 14 % des ventes qui atteignent 156,1 millions d'euros (2^e trimestre 2009: 136,9 millions d'euros).
- Retombées concrètes des taux de change favorables.
- Volume des ventes : + 6,8 % ; taux de change : + 5,0 % ; effets mix : 2,2 %.

1^{er} semestre 2010 :

- Hausse des ventes de 10,9 % qui atteignent 265,3 millions d'euros (1^{er} semestre 2009 : 239,3 millions d'euros).
- Volume des ventes : + 7,7 % ; taux de change : + 3,6 % ; effets mix : - 0,4 %.

Perspectives :

- En raison de la base de comparaison en glissement annuel plus forte du 2^e semestre et de la suppression progressive des programmes incitatifs gouvernementaux, Deceuninck s'attend à un deuxième semestre stable et à une croissance à un chiffre pour l'année 2010.
- Les coûts du PVC et des additifs, qui continuent à progresser, exigent une certaine prudence
- Deceuninck confirme la perspective de son retour à la rentabilité pour l'exercice 2010.

Tom Debusschere, CEO de Deceuninck : « *Durant le deuxième trimestre de 2010, la demande a poursuivi sa progression. En effet, cette dernière continue son ascension grâce aux programmes incitatifs gouvernementaux et aux normes de construction plus rigoureuses qui visent à réduire les gaspillages d'énergie & les émissions de CO₂. La reprise de la demande s'observe dans presque tous les pays à l'exception de la Grande-Bretagne, de l'Espagne et de certains marchés plus modestes de l'Europe de l'Est.*

Perspectives

« *La prudence continue d'être de mise : le taux de croissance en glissement annuel a commencé à s'engourdir aux États-Unis vers la fin de ce 2^{ième} trimestre. Nous ne savons pas encore avec certitude l'impact de la réduction des dépenses publiques sur les investissements pour la rénovation.*

À long terme, les activités de construction et de rénovation améliorant l'efficacité énergétique continuent d'être les futurs leviers de croissance de notre industrie. En juin 2010, la nouvelle directive européenne sur la performance énergétique des bâtiments a été publiée. D'ici fin 2020, tous les nouveaux bâtiments en Europe seront des bâtiments « à énergie zéro » ou presque. Or, les châssis en PVC restent la solution la plus économique sur le plan énergétique. Deceuninck continue d'investir dans l'innovation des produits – tout en accordant une grande attention aux valeurs d'isolation, à l'amélioration de la productivité et au service fourni à ses clients. Cela fait 6 mois que les coûts du PVC et des additifs ont augmenté, ce qui reste un sujet de préoccupation. Pour l'exercice 2010, nous revoyons à la hausse nos prévisions du chiffre d'affaires. Nous prévoyons une augmentation à un chiffre de nos ventes. Deceuninck maintient le cap pour atteindre un retour à la rentabilité. »

Ventes par région au deuxième trimestre et au premier semestre 2010

Au deuxième trimestre, les ventes consolidées de Deceuninck ont atteint 156,1 millions d'euros, une hausse en glissement annuel de 14 % (deuxième trimestre 2009 : 136,9 millions d'euros). Le volume a augmenté de 6,8 % ; les taux de change ont eu un impact favorable de 5,0 %. Les effets de mix (pays, prix et produit), quant à eux, ont eu un impact positif de 2,2 %.

Les ventes du premier semestre 2010 ont atteint 265,3 millions d'euros par rapport aux 239,3 millions obtenus l'an passé (+ 10,9 %). L'impact du volume atteint + 7,7 % ; effets de la devise : + 3,6 % ; effets mix : - 0,4 %.

Chiffres en € millions	Q2 2009	Q2 2010	Diff.	S1 2009	S1 2010	Diff.
Europe occidentale	55,9	60,4	+8,2%	105,6	109,7	+3,9%
Europe centrale & orientale (y compris l'Allemagne)	41,6	45,7	+9,9%	70,0	71,8	+2,6%
Turquie	23,4	30,6	+30,4%	37,4	51,7	+38,2%
États-Unis	16,0	19,4	+21,3%	26,3	32,1	+22,2%
Total	136,9	156,1	+14,0%	239,3	265,3	+10,9%

Europe occidentale : En Europe occidentale, les ventes du deuxième trimestre ont enregistré une hausse stable en glissement annuel comparé au lent démarrage du début d'année. Les ventes ont augmenté de 8,2 % pour atteindre 60,4 millions d'euros (2009 : 55,9 millions d'euros). La demande se maintient dans le Benelux, en France et en Italie. En Grande-Bretagne et en Espagne, la demande est moins forte.

Les ventes du 1^{er} semestre ont augmenté de 3,9 % pour atteindre 109,7 millions d'euros (2009 : 105,6 millions d'euros)

Dans pratiquement tous les pays, les programmes incitatifs gouvernementaux et les normes de construction plus rigoureuses en matière d'économies d'énergie ont soutenu les ventes.

Europe centrale & Europe de l'Est (y compris l'Allemagne) : Après un 1^{er} trimestre plutôt faible en raison de l'hiver, la demande a commencé à se rétablir à partir de mi-mars. Les ventes du 2^e trimestre ont augmenté en glissement annuel de 9,9 % pour atteindre 45,7 millions d'euros. C'est essentiellement la forte demande en Russie, puis en Allemagne à partir de la deuxième moitié du trimestre, qui a stimulé les ventes. Les ventes ont augmenté dans presque tous les pays. En plus de

2/4

la demande à la hausse, le taux de change du zloty polonais, de la couronne tchèque & et du rouble russe par rapport à l'euro a agi favorablement sur les ventes.

Turquie :

Les ventes du deuxième trimestre ont continué à progresser en Turquie, certes, néanmoins avec une cadence plus lente par rapport à la croissance exceptionnelle enregistrée au premier trimestre 2010. Les ventes ont augmenté de 30,4 % pour atteindre 30,6 millions d'euros (2009 : 23,4 millions d'euros). Les ventes à taux de change constants ont progressé de 18,2 %.

Les ventes du 1^{er} semestre de 2010 ont atteint 51,7 millions d'euros, ce qui représente une hausse de 38,2 % (+ 28,1 % à taux de change constant).

La dépréciation de l'euro par rapport à la lire turque a favorisé la croissance des ventes en euros. La demande intérieure et la demande provenant des marchés d'exportation de la Turquie sont toutes deux restées fortes.

Deceuninck a continué de renforcer sa position sur le marché en resserrant davantage les liens avec les clients et au branding vis-à-vis du consommateur final.

États-Unis : Les ventes du deuxième trimestre ont atteint 19,4 millions d'euro par rapport aux 16,0 millions d'euros l'an passé, autrement dit une hausse de 21,3 % (+ 13,2 % à taux de change constant). Au cours du premier semestre, les ventes ont enregistré une croissance de 22,3 % pour atteindre 32,1 millions d'euros (+ 19,9 % à taux de change constant). La demande dans le secteur de la rénovation résidentielle a conservé sa vigueur durant tout le trimestre. La hausse des ventes a été soutenue par un dollar américain plus fort par rapport à l'euro.

Un net ralentissement du taux de croissance est escompté à partir du mois de juin, car les mesures fiscales incitatives pour les nouvelles maisons ont pris fin. De plus, la mesure dans laquelle les restrictions des dépenses publiques annoncées déteindront sur l'économie et sur les dépenses engagées par le consommateur dans le cadre de travaux de rénovation n'est pas connue.

Calendrier financier

19 août 2010:	Publication des résultats 1 ^{er} semestre 2010
21 octobre 2010:	Rapport d'activités 3 ^{ième} trimestre
27 janvier 2011 (*):	Rapport d'activités 4 ^{ième} trimestre
17 mars 2011(*):	Publication des résultats annuels 2010
10 mai 2011:	Rapport d'activités 1 ^{er} trimestre 2011
10 mai 2011:	Assemblée générale annuelle des actionnaires à 11 h.

(*) indicatif

À propos de Deceuninck

Acteur international de premier plan, Deceuninck conçoit et produit des systèmes en PVC de haute qualité pour fenêtres et portes, bardage, habillage de toiture, applications d'intérieur et extérieur (terrasse, barrière acoustique...). La technologie de base utilisée par l'entreprise est l'extrusion de PVC et de Twinson, matériau composite breveté. Son processus de production technologiquement avancé est intégré verticalement; il couvre le compoundage, la fabrication des outils d'extrusion, l'extrusion des joints et des profilés, l'impression, le plaxage PVC et la technologie de thermolaquage brevetée Decoroc.

Le Groupe est actif dans plus de 75 pays, compte 35 filiales (de production et/ou de vente) réparties à travers l'Europe, l'Amérique du Nord et l'Asie et emploie 2.816 ETP – Equivalent Temps Plein (y compris les travailleurs temporaires), dont 690 en Belgique. En 2009, Deceuninck a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 506 millions d'euros.

(Fin du communiqué de presse)

* * *

Note à la rédaction: Pour de plus amples informations, veuillez prendre contact avec:

DECEUNINCK, Ludo Debever, Investor Relations Manager

Téléphone: +32 51 23 92 48

GSM: +32 473 55 23 35

E-mail: ludo.debever@deceuninck.com