
Communiqué de presse

Informations réglementées – Rapport d'activités du premier trimestre 2013
Sous embargo jusqu'au mardi 14 mai 2013 à 7 h 30 (CET)

Les faibles ventes en hiver en Europe ont été compensées en partie par la croissance solide en Turquie et aux États-Unis

Au 1^{er} trimestre 2013, recul de 5,8% des ventes de Deceuninck à 111,2 millions d'euros

Ventilation des ventes au 1^{er} trimestre 2013

- Le chiffre d'affaires consolidé a reculé au 1^{er} trimestre de 5,8 % à 111,2 millions d'euros (1^{er} trimestre 2012 : 118,0 millions d'euros).
- Volume : -2,0 %, nombre plus élevé de journées d'intempéries combiné à la faiblesse de l'économie sous-jacente en Europe. Croissance du volume en Turquie et aux États-Unis.
- Taux de change : -0,3 %
- Effets du mix : -3,5 % résultant du changement du mix de produits et géographique.

Tom Debusschere, CEO de Deceuninck :

« Le début de l'année 2013 a été plus difficile que prévu. Le long et rude hiver a augmenté le nombre de journées d'intempéries dans le secteur de la construction par rapport au 1^{er} trimestre 2012. Cette baisse, combinée à la faiblesse de la demande sous-jacente en Europe, explique le recul de 15% et de 9% du chiffre d'affaires respectivement pour l'Europe occidentale et l'Europe centrale & orientale. En revanche, la Turquie et nos marchés émergents ont continué à se développer favorablement, enregistrant une hausse de 14 %. Les ventes aux États-Unis ont augmenté de 1,9% en dépit, là aussi, d'un hiver rigoureux dans les États du Nord.

Entre-temps, nous mettons en œuvre nos dernières innovations. En Belgique et en France, nos premiers Clients ont commencé à assembler les fenêtres Zendow#neo, renforcées à la fibre de verre. Lors des foires commerciales en Belgique, en Italie et au Royaume-Uni, Deceuninck a lancé avec succès les nouveaux châssis Omniral. Omniral est notre nouvelle technologie de thermolaquage au « look et feel » laqué à la poudre. La nouvelle technologie produit des profilés de fenêtres colorés sur les quatre faces. Ainsi le consommateur final reçoit une fenêtre entièrement thermolaquée. Plus de « plastique blanc »... Même à l'ouverture de la fenêtre il n'y a plus de PVC visible.

Perspectives pour l'ensemble de l'exercice 2013

Le premier trimestre est traditionnellement le plus faible pour notre entreprise. Au début du deuxième trimestre, nous observons une hausse du carnet de commandes en parallèle avec la hausse des températures. Toutefois, nous prévoyons toujours une demande peu soutenue en Europe occidentale et en Europe centrale, à l'exception de l'Allemagne. La crise de la dette



publique et les programmes d'austérité continuent à affecter la confiance des consommateurs et, donc, les projets de rénovation d'efficacité énergétique. Les conditions du marché restent favorables dans nos marchés en croissance que sont la Russie, la Turquie et les États-Unis.

Les perspectives incertaines, combinées au carnet de commandes à court terme typique pour le secteur, ne permettent pas à Deceuninck d'émettre des prévisions chiffrées pour 2013. Nous continuons à protéger nos marges et à préserver notre rentabilité grâce aux innovations, aux améliorations continues de notre productivité et au contrôle rigoureux de nos coûts.»

Innovation – Le PVC reste la solution la plus économique pour une isolation supérieure. Deceuninck, qui a lancé le système de fenêtres Zendow#neo, propose à présent un système de fenêtres qui remplace les renforts métalliques traditionnels par de la fibre de verre et du fil d'acier, déjà incorporé dans le profilé. Ce concept linktrusion® de haute technologie offre la meilleure isolation pour le volume de matériau le plus bas. « La matière première la plus écologique est celle que l'on ne consomme pas. » Deceuninck North America a augmenté sa capacité de production de ses renforts exclusifs Innergy® en fibre de verre, qui remplace l'aluminium pour une meilleure isolation.

Ecology – Le PVC continue à améliorer son empreinte écologique. En octobre, Deceuninck a inauguré une nouvelle usine de recyclage de PVC rigide, à côté de son site de production existant à Diksmuide (Belgique). En l'intégrant dans les installations existantes (bâtiments, terrain, infrastructure et laboratoire), Deceuninck a réussi à limiter le coût de cet investissement à 3 millions d'euros. Construire sur un nouveau terrain une usine similaire ayant une capacité annuelle de 20 000 tonnes aurait coûté 12 millions d'euros. Deceuninck prévoit d'atteindre la capacité maximale en 2016. En Turquie, Egepen/Deceuninck a lancé Flora, un système coextrudé permettant une meilleure réutilisation du matériau recyclé.

Design – Les fenêtres en PVC se profilent également aujourd'hui comme de véritables solutions architecturales pour l'esthétique dans la maison, l'école ou l'immeuble de bureaux. Le marché propose toujours plus de boiseries ravissants et de décors en couleurs. En 2012, Deceuninck a investi dans une nouvelle usine automatisée de thermolaquage à Gits en Belgique. Le nouveau processus de thermolaquage protégé produit des profilés au look laqué (à la poudre) des quatre côtés, ce qui donne une fenêtre sans le moindre plastique visible. Le nouveau revêtement Omniral® offre au consommateur final le « look & feel » d'un châssis en aluminium avec le niveau d'isolation d'un produit en PVC de qualité supérieure. Omniral® a été lancé aux salons professionnels en Belgique, en Italie et au Royaume-Uni.

Marchés

En millions d'€	T1 2013	Diff. 2012/13	Diff. 2012/13 Monn.loc.
Europe occidentale	43,5	-15,0%	
Europe centrale & orientale	27,0	-9,2%	
Turquie et Marchés Émergents	26,5	+14,2%	+15,0%
États-Unis	14,2	+1,9%	+ 4,8%
Total	111,2	-5,8%	

Europe occidentale

Le chiffre d'affaires au premier trimestre en Europe occidentale s'est établi à 43,5 millions d'euros, marquant un recul de 15 % d'une année à l'autre. Les conditions hivernales exceptionnellement longues et rudes, combinées à la faiblesse de la demande sous-jacente ont pesé sur l'activité de la construction dans toute la région. À titre d'exemple, le nombre journées d'intempéries dans la construction en Belgique était deux fois supérieur par rapport au 1^{er} trimestre 2012.

La demande sous-jacente en Belgique comme en France est restée faible. À l'inverse de la tendance, les ventes en Italie ont progressé en raison du lancement réussi de produits innovants lors des foires commerciales du début de l'année.

Les ventes de châssis au Royaume-Uni semblent sur la voie du redressement après avoir touché un plancher.

D'une manière générale, les activités liées aux rénovations résidentielles et aux nouvelles constructions dans la région continuent à souffrir de la faiblesse de la confiance des consommateurs due à la persistance de la crise économique et financière.

Europe centrale et orientale (y compris l'Allemagne)

Le chiffre d'affaires au premier trimestre en Europe centrale et orientale s'est établi à 27,0 millions d'euros, enregistrant une baisse de 9,2 % d'une année à l'autre. La comparaison entre les débuts des deux exercices est toutefois difficile à établir pour les raisons déjà mentionnées: les conditions hivernales particulièrement rigoureuses ont pesé sur les activités de la construction dans la plupart des pays de la région, y compris la Russie. À l'exception de l'Allemagne et de la Russie, les programmes d'austérité mis en œuvre par les gouvernements et la faiblesse de la confiance des consommateurs affectent les projets de rénovation d'efficacité énergétique et de construction résidentielle.

Turquie et Marchés Émergents

Le chiffre d'affaires au premier trimestre en Turquie et dans les marchés émergents a progressé de 14,2 % à 26,5 millions d'euros (à taux de change constants : +15,0 %). La vigueur de la croissance économique soutient la progression des volumes de ventes tant sur les marchés domestiques qu'à l'exportation. Sur le marché domestique, les ventes dans le segment des nouvelles constructions résidentielles ont augmenté plus fortement que dans le segment de la rénovation.

En Inde et en Amérique du Sud, nos succursales locales ont commencé à développer leurs activités.

États-Unis

Le chiffre d'affaires au premier trimestre de Deceuninck North America s'est révélé solide, à 14,2 millions d'euros, en hausse de 1,9 %. À taux de change constants, les ventes ont progressé de 4,8 % malgré les mauvaises conditions atmosphériques dans le Nord au mois de mars. Le chiffre d'affaires a augmenté modestement mais constamment, soutenu par la reprise durable du marché de l'immobilier et l'amélioration de la confiance des consommateurs. Le secteur de la construction a franchi le cap psychologique d'un million de nouveaux chantiers en mars. La croissance du chiffre d'affaires de Deceuninck North America a été soutenue par les produits innovants, de nouveaux Clients et des ventes externes de matières premières.

Calendrier financier 2013

23	juillet	2013	Résultats 1e semestre 2013
24	octobre	2013	Rapport d'activités 3e trimestre 2013

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 environ 2700 personnes dans 25 pays, dont 600 en Belgique. En 2012, Deceuninck a enregistré un bénéfice net de 4,2 millions d'euros sur un chiffre d'affaires de 556,9 millions d'euros.

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