

## Persbericht

# Deceuninck realiseert tweede kwartaal op rij 10% meer omzet

Hooglede-Gits, 13 oktober 2005. – Groep Deceuninck, wereldwijd toonaangevend producent van kunststof raamsystemen en bouwprofielen, heeft tijdens het derde kwartaal 178 miljoen euro omzet gerealiseerd, wat een stijging van 11,3% betekent in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar. De impact van de valuta op de omzet van het derde kwartaal bedroeg 2,8%. Het toegenomen volume en de impact van Winsa hebben gezorgd voor een omzetstijging van 6,2%. Tijdens de eerste negen maanden van dit jaar is de omzet gestegen tot 475 miljoen euro, d.i. een toename van 7,7% ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. Deceuninck blijft hiermee op koers om tegen eind 2005 een omzetstijging van meer dan 5% te realiseren.

### Oost-Europa en Turkije blijven groeimotoren

De groei tijdens het derde kwartaal is volledig toe te schrijven aan de sterk expanderende activiteiten van Deceuninck in de groeimarkten Oost-Europa en Turkije, waar tijdens het derde kwartaal een omzetstijging van respectievelijk meer dan 30% en meer dan 70% werd gerealiseerd. Op jaarbasis zijn beide regio's reeds goed voor bijna één derde van de omzet.

In Oost-Europa groeiden quasi alle regio's. Polen is er voor het eerst sinds de stijging van de BTW op bouwmaterialen op 1 mei vorig jaar in geslaagd om opnieuw een omzetstijging te realiseren. Opvallend is de constante groei van Deceuninck Spol, actief in Tsjechië, Slowakije en Hongarije, dat op jaarbasis een omzetstijging van meer dan 30% laat optekenen. In Rusland verlopen de verkoopactiviteiten volgens plan. Tijdens het derde kwartaal werd bijna 50% meer omzet gerealiseerd dan in dezelfde periode vorig jaar. De lokale productie die in augustus jl. in de buurt van Moskou werd opgestart, verloopt volgens plan.

In Turkije wordt Winsa voor het eerst meegeconsolideerd. De groei is daarnaast ook te danken aan een sterke omzetgroei van Ege Profil, de Turkse divisie van Deceuninck in Izmir.

### Omzet West-Europa houdt stand ondanks moeilijke marktomstandigheden

In West-Europa werd de trend van het tweede kwartaal verdergezet. Ondanks moeilijke marktomstandigheden zijn de verkoopdivisies in België en Frankrijk erin geslaagd goed stand te houden door de introductie van nieuwe producten, zoals het **zendow®** ramensysteem. **zendow®** verklaart eveneens de opmerkelijk goede verkoopcijfers in Nederland. Ook Spanje bleef naar behoren presteren.

In het Verenigd Koninkrijk was het consumentenvertrouwen opnieuw zwak, wat weerspiegeld werd in dalende residentiële bouwactiviteiten. Daarnaast werden de budgetten voor de renovatie van sociale woningen en openbare gebouwen slechts met moeite vrijgegeven, ondanks het lopende engagement van de Britse overheid. Dit heeft zijn impact op het



orderboekje van de lokale raamfabrikanten. Ook in Duitsland ging de bouwactiviteit verder achteruit wat leidde tot een dalend omzetcijfer.

### Verkoop stijgt nog steeds in Verenigde Staten

Ook in de Verenigde Staten werd de trend van het tweede kwartaal verdergezet. Op jaarbasis bedraagt de omzetstijging in de Verenigde Staten bijna 10%.

### Houtcomposiet

In de Verenigde Staten is de omzet van terrassen in houtcomposiet vertraagd. Het potentieel blijft echter groot. Na een diepgaand marktonderzoek en dankzij de goede samenwerking met Alcoa Home Exteriors, waarmee Deceuninck in 2003 een distributiecontract afsloot, werd het gamma onlangs uitgebreid met nieuwe kleuren en verbeterde oppervlaktestructuren om nog beter aan recente klanteneisen tegemoet te komen. Alcoa verwacht ook positieve resultaten van de intensieve commerciële acties die gepland zijn tijdens het vierde kwartaal. Deceuninck ziet de toekomst dan ook met vertrouwen tegemoet.

In Europa draait de lancering van Twinson® terrassen en gevelbekledingsprofielen in houtcomposiet op volle toeren. In tegenstelling tot de terrassystemen in de Verenigde Staten heeft Deceuninck de technologie hiervoor zelf op punt gesteld. Aangezien het een nieuw materiaal betreft voor Europa, wordt verwacht dat de verkopen tijdens de beginfase langzaam op gang zullen komen.

### PVC-harsprijzen

De PVC-harsprijzen zijn vooral vanaf september opnieuw beginnen te stijgen door de beperkte beschikbaarheid in Europa en de gevolgen van de orkaan Katrina in de Verenigde Staten. Tijdens het derde kwartaal werden in de markt reeds ontoereikende hoeveelheden gerapporteerd met productieonderbrekingen tot gevolg. Verdere beperkte beschikbare hoeveelheden en zeer hoge ethyleenprijzen tijdens het vierde kwartaal laten vermoeden dat de harsprijzen zich minimaal op hetzelfde hoge niveau zullen situeren als tijdens het vierde kwartaal vorig jaar. Deceuninck is volop aan het onderzoeken hoe deze plotse en sterke stijging van de grondstofprijzen kan worden doorgerekend aan de markt.

### Verwachtingen 2005

Onder voorbehoud van plotse, onverwachte ontwikkelingen op het vlak van PVC-harsprijzen en bevoorrading, blijft Deceuninck bij de eerder geformuleerde verwachting dat de omzet eind 2005 met 5 tot 10% zal stijgen en de resultaten beter zullen zijn dan vorig jaar.

### Businessplan 2009

Op donderdag 27 oktober maakt Deceuninck voor beurs haar businessplan 2009 bekend.

Deceuninck is een geïntegreerde groep van wereldformaat die gespecialiseerd is in compounding, matrijzenbouw, ontwerp, ontwikkeling, extrusie, veredeling, dichtingen, recyclage en spuitgieten van kunststofsystemen en -profielen voor de bouwindustrie. De groep is actief in meer dan 60 landen, telt 31 filialen (productie en/of verkoop) en stelt



3.000 personen tewerk, waarvan 670 in België. In 2004 realiseerde de groep een geconsolideerde omzet van 582,1 miljoen euro.

(Einde persbericht)

\* \* \*

***Noot aan de redactie: voor meer informatie, gelieve contact op te nemen met:***

DECEUNINCK, Ludo Debever, tel. 051/23 92 48 of 0473/55 23 35, e-mail:

[ludo.debever@deceuninck.com](mailto:ludo.debever@deceuninck.com) ***of***

ANTHONISSEN & ASSOCIATES, Peter Frans Anthonissen, tel. 03/286 77 77 of 0495/571 777.

[www.deceuninck.com](http://www.deceuninck.com)

\* \* \*

