

Persbericht

Gereguleerde informatie – Activiteitenverslag 3Q 2015
Onder embargo tot woensdag 21 oktober 2015 om 7u00 CET

Deceuninck 3Q 2015 omzet: groei met +18,2% tot € 167,1 miljoen.

- Verdere sterke groei in de VS en Turkije & Emerging Markets
- Herstel nieuwbouw en renovatie in West-Europa, met uitzondering van Frankrijk, resulteert in tweecijferige omzetgroei
- Verdere daling van de Russische markt in zeer competitieve omgeving

Opsplitsing omzet

% op omzet	1Q 2015	2Q 2015	3Q2015	9M2015
Omzet (in € miljoen)	136,2	175,9	167,1	479,2
Wisselkoers	+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%
Wijziging consolidatiekring	+9,4%	+12,0%	+11,8%	+11,2%
Totaal	+18,0%	+18,2%	+18,2%	+18,2%

Tom Debusschere, Deceuninck CEO:

“De volumegroei in de meeste markten blijft onze verwachtingen overtreffen.

In Europa ervaren we een herstel van de nieuwbouw en de renovatie, vooral in de Benelux, Spanje, Italië en het VK. De Duitse ramenmarkt ervaart steeds meer de druk van goedkope invoer uit Oost-Europa. De Franse markt blijft stabiel op een laag niveau, een weerspiegeling van het consumentenvertrouwen. In Rusland blijft het volume verder substantieel dalen door een verdere devaluatie van de Russische roebel.

Na de opheffing van de meest Force Majeures, blijft de toelevering van PVC harsen stabiel bij een normale prijsevolutie, maar nog steeds boven het niveau van vorig jaar.

In Turkije blijft de vraag op de lokale markt zwak in een onzeker politiek klimaat. Toch winnen we marktaandeel met het sterke merk Pimapen. De bouw van onze nieuwe fabriek en nieuw logistiek centrum, samen 78.300m², en de consolidatie van onze 2 fabrieken nabij Istanbul zitten op schema.



In de VSA hebben we bouw aangekondigd van een nieuwe fabriek in Reno, NV met de bedoeling ons marktaandeel in het Westelijk gedeelte van de Verenigde Staten te verhogen en onze algemene top 3 positie te versterken.

Vooruitzichten 2015

We verwachten dat de omzettrend van de voorbije kwartalen zich zal doorzetten in het 4^e kwartaal. We bevestigen dat onze voortdurende acties om innovaties te lanceren en de productiviteit te verbeteren onze marges zullen ondersteunen en een verdere groei van de nettowinst mogelijk zullen maken.”

Markante gebeurtenissen

- Deceuninck kondigt de bouw aan van een nieuwe fabriek in Fernley, nabij Reno, voor een betere service van de Westkust van de Verenigde Staten.
- Evelyn Deceuninck, de oudste dochter van Arnold Deceuninck, volgt haar vader op als lid van de Raad van Bestuur. Na 42 jaar inzet voor het bedrijf, is de Raad van Bestuur Arnold Deceuninck hiervoor uiterst dankbaar en heeft hem benoemd tot erelid van de Raad van Bestuur
- Philippe Maeckelberghe, CFO sinds 2008, neemt de leiding op zich van de Interne Audit van het bedrijf vanaf 1 januari 2016.
- Met ingang van 1 januari 2016 heeft de Raad van Bestuur Wim Van Acker benoemd als CFO en lid van het Executive Team. Wim brengt meer dan 18 jaar ervaring mee bij AT Kearney, Swift, Vitalo en Balta in verschillende topfuncties binnen finance. Wim behaalde een Master Handelsingenieur aan de Katholieke Universiteit van Leuven en een MBA (Master in Business en Administration) aan de universiteit van Cornell, New York City (VSA).

Opsplitsing omzet 3Q en 9M 2015 per regio

In € miljoen	Var. 1Q	Var. 2Q	3Q	Var. 3Q	Var. 3Q	9M	Var. 9M	Var.9M
	2014/2015	2014/2015	2015	2014/2015	Lok.munt	2015	2014/2015	Lok.munt
West-Europa	+1,0%	+9,7%	45,9	+11,6%		147,5	+7,3%	
Centraal & Oost-Europa	-4,6%	-9,1%	43,2	-3,6%	-0,4%	108,6	-5,8%	-1,3%
Turkije & Emerging Markets	+58,6%	+48,8%	46,2	+48,6%	+65,2%	138,6	+51,5%	+54,3%
Noord-Amerika	+47,1%	+39,5%	31,7	+30,7%	+7,8%	84,5	+37,8%	+12,4%
Totaal	+18,0%	+18,2%	167,1	+18,2%		479,2	+18,2%	

West-Europa

De omzet in 3Q 2015 in West-Europa steeg met 11,6% tot € 45,9 miljoen. De omzet in 9M 2015 bedroeg € 147,5 miljoen (+7,3%). De omzet bleef met 2 cijfers stijgen in het VK, Nederland, Spanje en Italië. Ook de omzet in België kende een mooie verbetering met een stijging met een enkel cijfer. De omzet in Frankrijk is gestabiliseerd na een zwak eerste semester. Ondanks

substantiële belastingmaatregelen, bleef de markt in Frankrijk zwak, in lijn met de indicatoren voor de residentiële bouw en het consumentenvertrouwen.

De strategie in West-Europa met de lancering van echte innovaties zoals het glasvezelversterkte raam Zendow#neo-premium en het slanke schuifraam iSlide#neo in Frankrijk zorgt voor nieuwe klanten en een stijging van de verkoop bij bestaande klanten.

Centraal & Oost-Europa (incl. Duitsland)

De omzet in Centraal & Oost-Europa in 3Q 2015 daalde met 3,6% tot € 43,2 miljoen (Bij gelijkblijvende wisselkoersen min of meer stabiel: -0,4%).

De omzet in 9M 2015 daalde met 5,8% tot € 108,6 miljoen. (Bij gelijkblijvende wisselkoersen: -1,3%).

De trends uit het eerste semester werden min of meer verdergezet. Een tweecijferige groei in Polen en een hoge, ééncijferige groei in de cluster Tsjechië, Slowakije en Hongarije.

De omzet van Inoutic op de lokale markt in Duitsland daalde in het derde kwartaal. De impact van de invoer uit Oost-Europa neemt toe. In Rusland hebben een verdere verzwakking van het consumentenvertrouwen en de sterke devaluatie van de roebel ernstige gevolgen voor de activiteit in nieuwbouw en renovatie. Er wordt geschat dat de Russische ramenmarkt in 2014 met 15% gekrompen is, eerste indicatoren voor 2015 wijzen op een verdere daling met 30%.

Turkije & Emerging Markets

De omzet in Turkije & Emerging Markets steeg met 48,6% tot € 46,2 miljoen. (Bij een gelijkblijvende wisselkoers: +65,2%)

De omzet in 9M 2015 in Turkije en Emerging Markets steeg met 51,5% tot € 138,6 miljoen (Bij een gelijkblijvende wisselkoers: +54,3%).

Met de acquisitie van Pimapen in 2014 beschikt Deceuninck over 3 merknamen in het topsegment van de wereldwijd tweede grootste PVC ramenmarkt: Egepen Deceuninck, Winsa en Pimapen.

Door de politieke onzekerheid was er een lichte daling van de markt. Deceuninck deed beter dan de markt door maximaal gebruik te maken van de sterkte van zijn merken via de >3.000 verkooppunten gesteund door consumentgerichte reclamecampagnes. De export vanuit Turkije naar nieuwe groeiemarkten kent een wisselend succes. De bouw van onze nieuwe fabriek en distributiecentrum, samen een oppervlakte van 78.300 m² en de consolidatie van onze 2 fabrieken nabij Istanbul blijft op schema.

Noord-Amerika

De omzet in Noord-Amerika tijdens 3Q 2015 steeg met 30,7% tot € 31,7 miljoen. (Bij een onveranderde wisselkoers steeg de omzet met 7,8%.)

De omzet in Noord-Amerika tijdens 9M 2015 steeg met 37,8% tot € 84,5 miljoen. (Bij een onveranderde wisselkoers: +12,4%)

Zowel de nieuwbouw van woningen en renovatie blijven groeien en presteren sterk. In de nieuwbouw is er een stijging zowel bij de eengezinswoningen als bij de appartementsbouw. Het

vertrouwen van de renovatiesector blijft sterk, waarbij de RMI-index (Remodeling Market Index) op een historisch hoog niveau blijft.

Deceuninck North America (DNA) heeft verder haar inspanningen opgedreven om nieuwe en bestaande klanten over te schakelen naar zijn allernieuwste innovatieve producten en materialen. Tegelijkertijd handhaafde DNA de "Zero Back-order"-strategie¹ en versterkte zij haar merksnaambekendheid.

In september 2015 kondigde Deceuninck de bouw aan van een nieuwe fabriek in Fernley, nabij Reno, NV, die gepland is om operationeel te zijn in het tweede kwartaal van 2016. Deceuninck North America zal gebruik maken van zijn productieactiviteiten aan de Westkust om zijn marktaandeel te vergroten in deze aantrekkelijke regio van het land.

Financiële kalender 2016

25	februari	2016	Jaarresultaten 2014
10	mei	2016	Activiteitenverslag 1Q 2015
10	mei	2016	Gewone algemene vergadering van aandeelhouders om 11 uur
20	juli	2016	Halfjaarresultaten 2015
21	oktober	2016	Activiteitenverslag 3Q 2015

¹ Zero Back-order-strategie: strategie waarbij bestellingen steeds volledig en op tijd geleverd worden

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, Duitsland, Frankrijk, Kroatië, Polen, Rusland, Thailand, 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