

# Recticel Klaar voor de toekomst

VFB Happening 2014

26 april 2014

Olivier Chapelle, Chief Executive Officer

# Agenda

- 1 Profiel Recticel
- 2 Strategische update
- 3 Economische context en resultaten
- 4 Verwachtingen voor de toekomst

# Agenda

- 1 Profiel Recticel
- 2 Strategische update
- 3 Economische context en resultaten
- 4 Verwachtingen voor de toekomst

# Profiel Recticel

- Recticel is een Belgische Groep met hoofdkwartier in Brussel
- Europese leider in polyurethaan-toepassingen
- 7.758 medewerkers
- 100 vestigingen in 28 landen
- Omzet van EUR 1,26 miljard (in 2013)
- REBITDA van EUR 72,8 miljoen (in 2013)
- Netto verlies van EUR -36,1 miljoen (in 2013) (inclusief EUR -48,6 miljoen niet-recurrente elementen)
- 94% van omzet gerealiseerd in Europa
- Notering op NYSE Euronext in Brussel



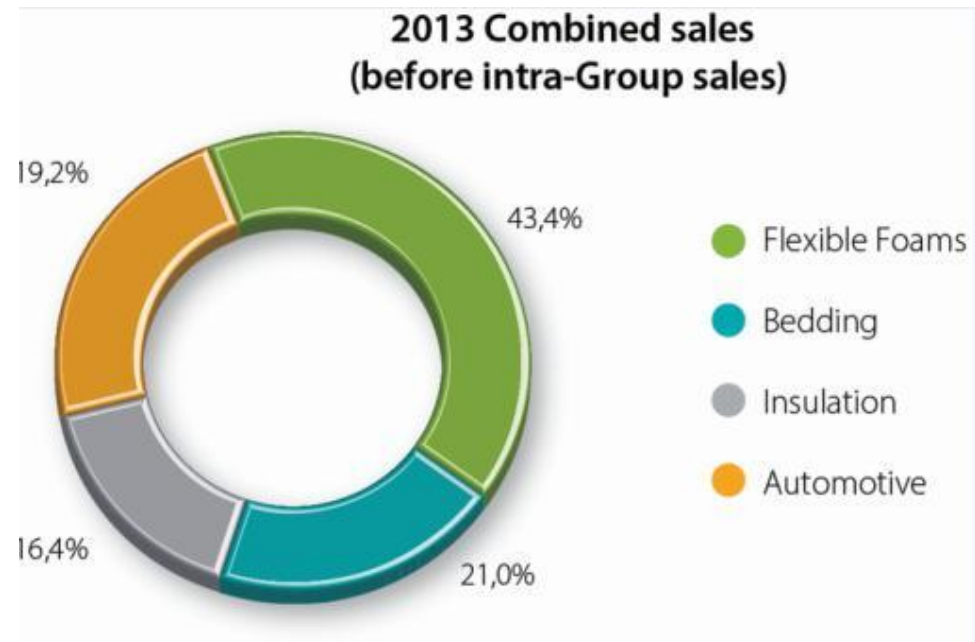
# Profiel Recticel

Grootste deel van de business is de transformatie van PU grondstoffen tot:

- HARD SCHUIM
- ZACHTSCHUIM
- ELASTOMEREN

Georganiseerd rond

4 duurzame sectoren:



# Agenda

1 Profiel Recticel

2 Strategische update

2.1. Segment portfolio

2.2. Rationalisatie

2.3. Geografische diversificatie

2.4. Innovatie

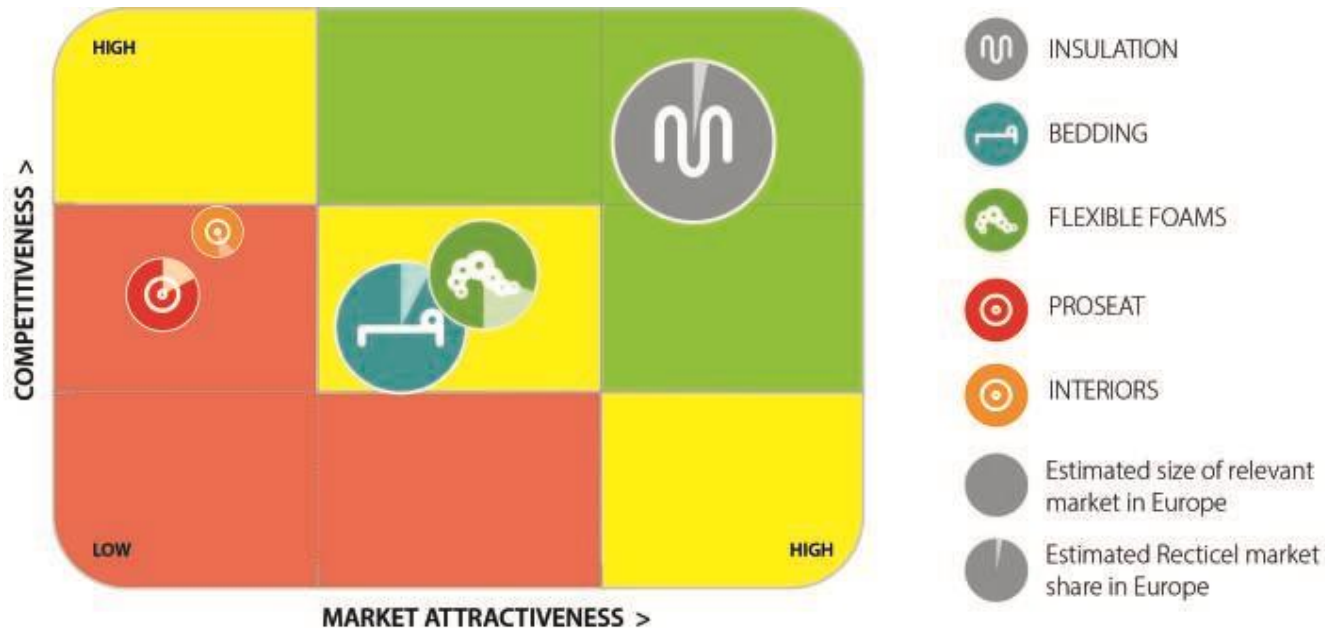
3 Economische context

4 Verwachtingen voor de toekomst

# In lijn met de Strategie 2015 worden de middelen toegewezen volgens de *9-box grid* segment strategie

Segment Strategie betekent de toewijzing van middelen binnen onze segment-portefeuille:

- Isolatie: groei via prioritaire toewijzing van investeringsmiddelen en menselijk kapitaal
- Soepelschuim & Slaapcomfort: verbeteren van de efficiëntie
- Automobiel: krijgt enkel nog onderhouds- of programma-gerelateerde investeringen



# In lijn met de Strategie 2015 vereenvoudigen wij de Groep

Rationalisatie en vermindering van de algemene complexiteit wordt verder doorgezet

In de laatste 4 jaren :

- # Fabrieken: 28 fabrieken gesloten of verkocht → 100 sites blijven over eind 2013
- # Personeelsleden: reductie met meer dan 2.000 → ~7,700 personen eind 2013
- # Joint Ventures: teruggebracht van 22 tot 13
- # Consolidatie van dochterondernemingen teruggebracht van 109 tot 85
- # Product-referenties of SKU's  
bvb. Slaapcomfort: Schlaraffia product-referenties teruggebracht van 485 tot 200 in 2013
- Groep aankoop volledig gecentraliseerd
- Shared Service Centre is opgezet, en zal volledig geïmplementeerd zijn tegen eind 2014.

In vergelijking met onze strategie

- Eind 2013 : ~75% van de rationalisatie uitgevoerd
- Verminderen van Joint ventures, consolidatie van dochterondernemingen en afbouwen product referenties wordt verdergezet



# In lijn met de Strategie 2015 breiden wij uit buiten Europa

Geografische Diversificatie om geleidelijk de 94% blootstelling aan de EU markt te verlagen en te kapitaliseren op markten buiten Europa :

## Gerealiseerd

- Opening van site in Shengyang (China) (Interiors-'12) en in Mumbai (India) (Soepelschuim-'12)
- Expansie van site in Istanbul (Turkije) (Soepelschuim-'12)
- Opening van site in Beijing (China) (Interiors-'13)
- Opening van site in Bourges (Frankrijk) (Isolatie-'13), operationeel met 1 volle shift. 2<sup>de</sup> shift in 2014

## Onder evaluatie

- Rusland
- China en India: bijkomende activiteiten
- Marokko



# In lijn met de Strategie 2015 mikken wij op innovatie

Onderscheidende Innovaties worden geïntroduceerd in alle business segmenten, en Onderzoek en Ontwikkeling wordt gereorganiseerd met het oog op het vergroten van het *pull effect* door de Business Lines :

## 1. Isolatie: 5 belangrijke innovaties op Batibouw 2014

External Thermal Insulation Composites System

ETICS



**COMBODECO HOME**

Do It Yourself

Nieuw productgamma



- Eurowall 21 (Id: 0,021 W/mK)
- Eurofloor 300
- Powerroof Maxx (dichtingsmembraan)

**POWERROOF® MAXX**  
dakisolatie en onderdakfolie in één



# In lijn met de Strategie 2015 mikken wij op innovatie


2. Slaapcomfort:
- nieuw hoogwaardig schuim Geltex® wordt toegepast in alle markten
  - 53 Znooz verkooppunten geopend in België



ZNOOOZ

## In lijn met de Strategie 2015 mikken wij op innovatie

3. Automobiel: Colosense Lite® *spray huid* geïntroduceerd, wat een duidelijk competitief voordeel oplevert

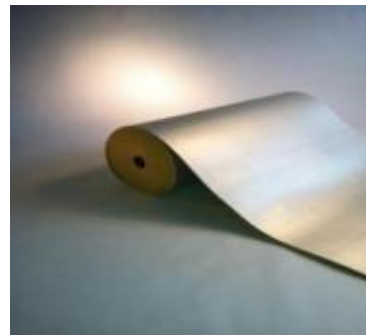


OEM	Car model	Start of production	End of production	Estimated cumulative lifetime sales (in million EUR)	Country of production
Porsche	Macan	Nov-2013	2020	5	Czech Republic
Volkswagen	Passat	May-2014	2021	92	Czech Republic
Volkswagen	Golf Plus	Oct-2014	2021	17	China
Volvo	XC90	Feb-2015	2022	43	Czech Republic
Volvo	S90 & V90	May-2015	2022	38	Czech Republic
Mercedes	E-class	Nov-2015	2022	74	Czech Republic
Mercedes	E-class	Jun-2016	2023	25	China
BMW	5-series	Mar-2017	2024	43	Germany
BMW	5-series	May-2017	2024	28	China
<b>TOTAL</b>				<b>364</b>	

# In lijn met de Strategie 2015 mikken wij op innovatie

## 4. Soepelschuim:

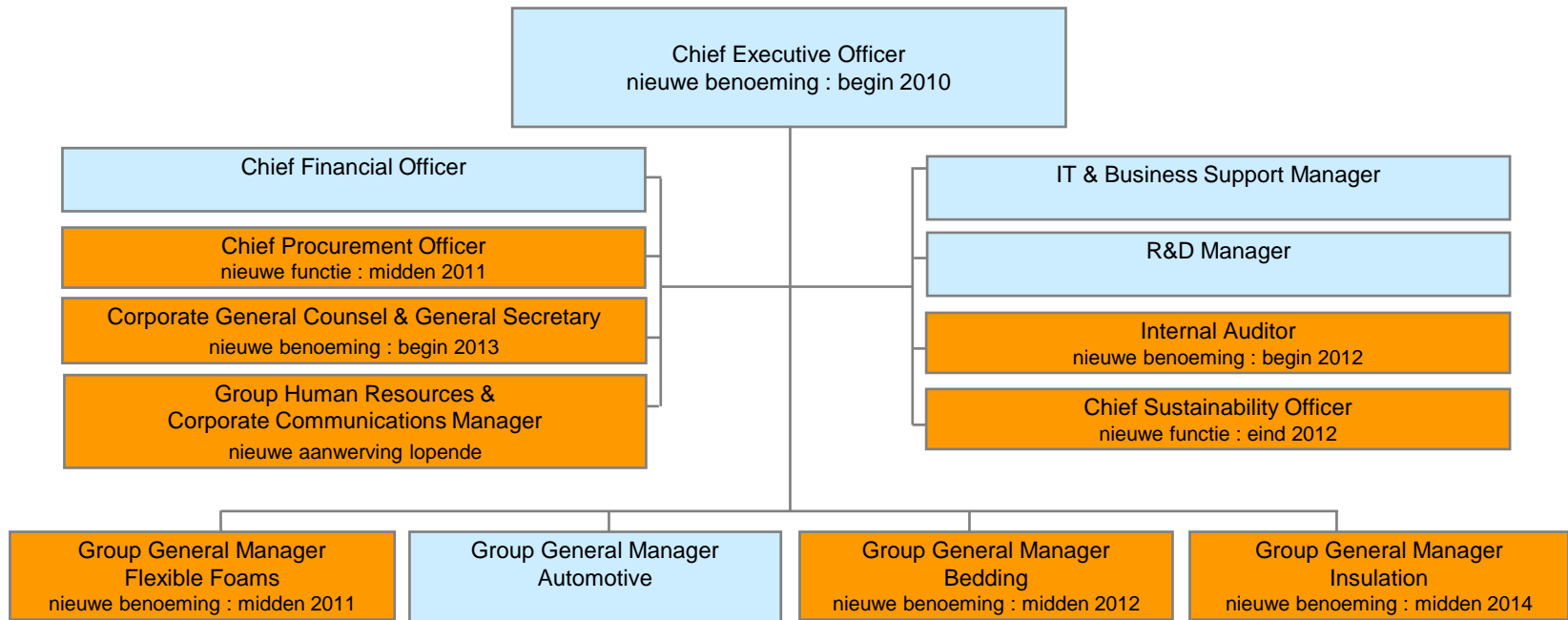
- eerste leveringen van akoestische oplossingen aan Boeing



- introductie van AngelPearl schuim in Slaapcomfortmarkten
- lancering van Thermoflex  
vb. motorkap-isolatie



# Wij hebben onze organisatie aangepast



General Manager JV Proseat : nieuwe benoeming : begin 2013

**Ons Directie comité : 80% vernieuwd, met 6 Belgen, 3 Duitsers, 2 Fransen**

**40% van top 300 jobs nu vervangen**

= nieuwe benoeming of nieuwe functie

# Agenda

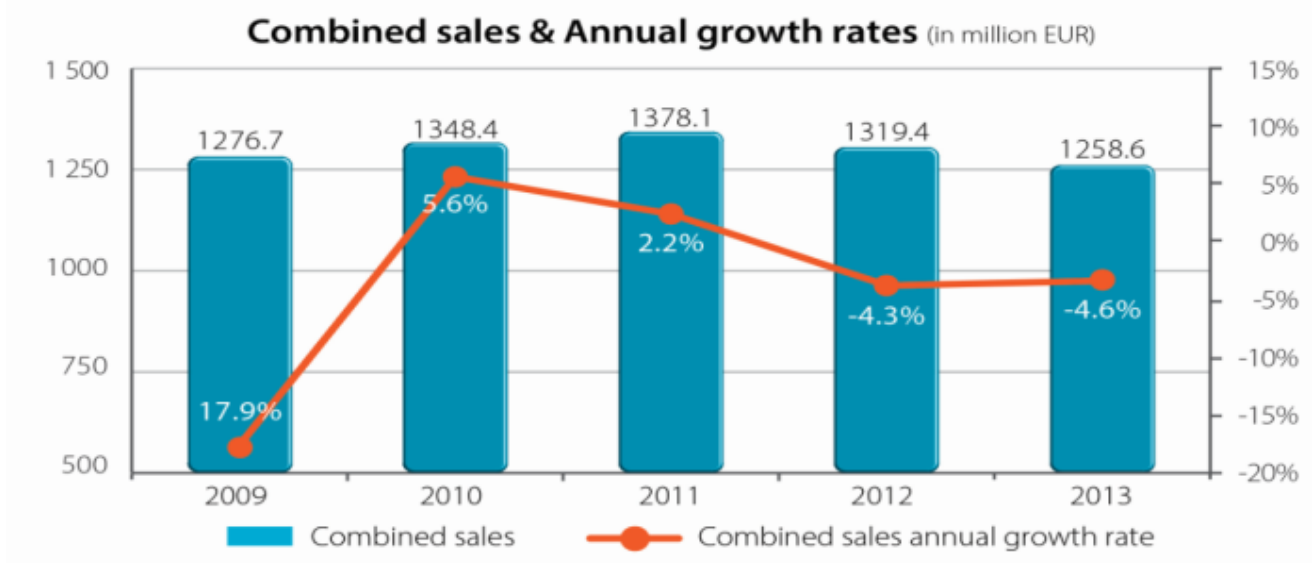
- 1 Profiel Recticel
- 2 Strategische update
- 3 Economische context en resultaten
  - 3.1. Omzet
  - 3.2. Resultaat
- 4 Verwachtingen voor de toekomst

# Economische context was ongunstig in 2013

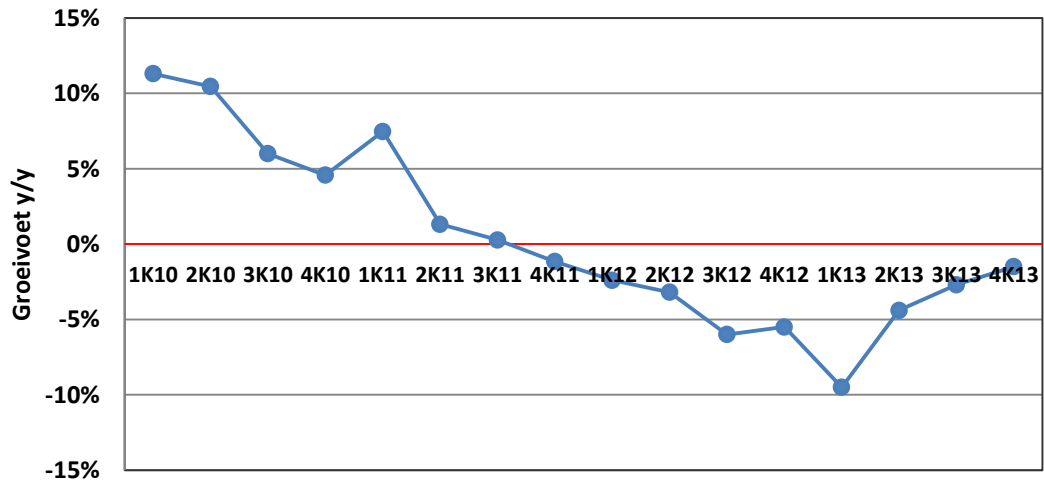
- EU 27: moeilijke economische en financiële situatie resulteert in lager consumentenvertrouwen
  - Daling automobiemarkt in EU27 voor het 6e opeenvolgende jaar naar het laagste niveau sinds 1990
  - Bouwmarkt geslonken met 2.7% in de EU landen
  - Slaapcomfort markt in Europa zwaar negatief beïnvloed door laag consumentenvertrouwen en uitstel van aankopen.  
Waarde van slaapcomfortmarkten gedaald met 9% in 2013.
  - Soepelschuim beïnvloed door zwakke Slaapcomfort en Automobiemarkten, maar eveneens door lagere investeringsuitgaven door bedrijven.
- Rest van de wereld : trage groei in de 4 BRIC's
- Intussen duurde inflatie voort, wat bijkomende druk zette op de marges
  - arbeidskost
  - energie en transport kosten



# Omzet is gestegen in 2010-11 maar is gedaald in 2012-13 !



**Evolutie per kwartaal**



# Resultaten 2013 sterk gekleurd door niet-recurrente lasten

Rekening houdend met de algemene omzetsdaling in 2013, heeft het recurrent operationeel resultaat (REBITDA) met EUR 72,8 miljoen goed standgehouden, met een sterke tweede helft van het jaar

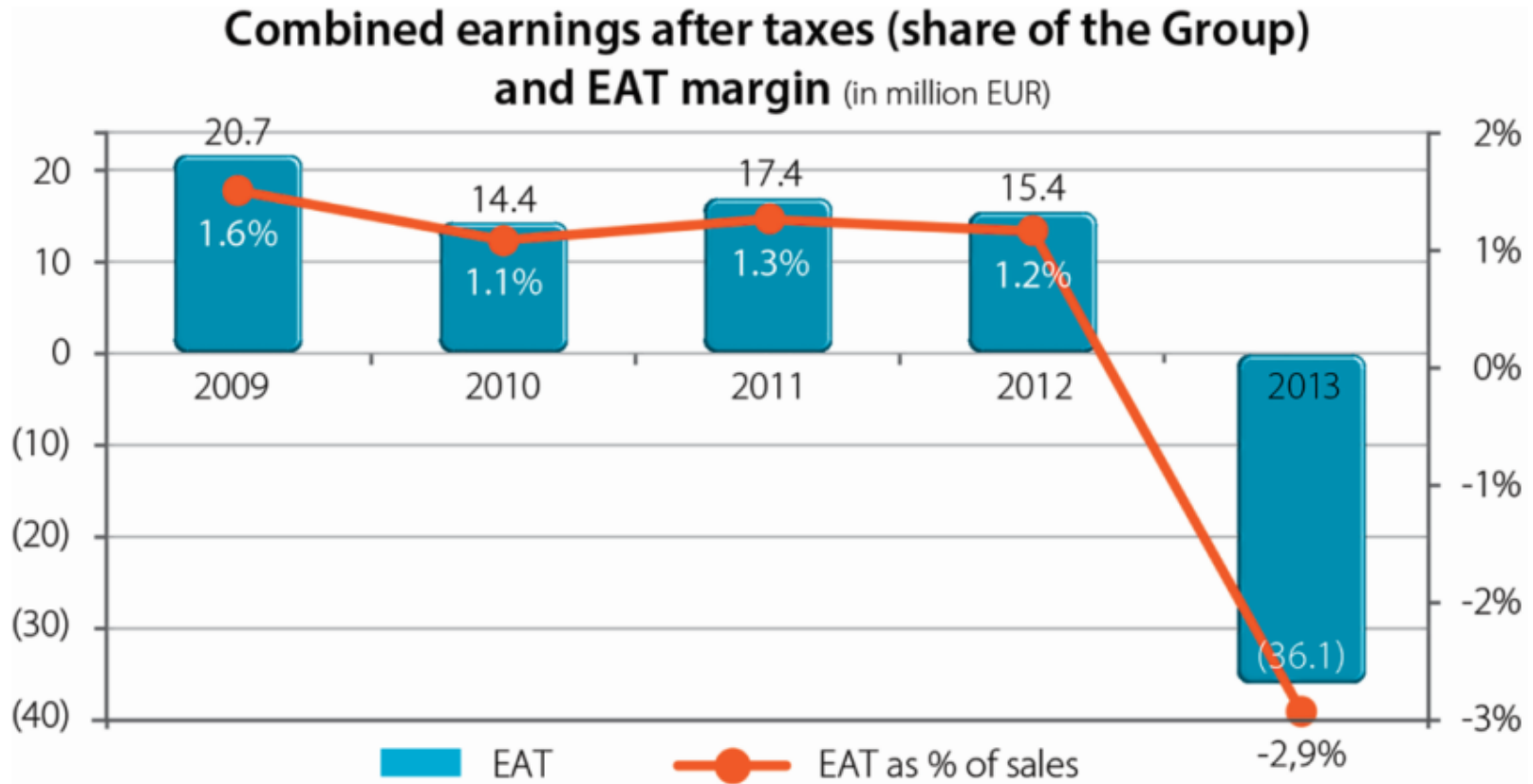
Zware niet-recurrente lasten (EUR 48,6 miljoen) in 2013, inclusief:

- boete (EUR 27 miljoen) van de Europese Commissie in het kader van het polyurethaanschuim onderzoek
- belangrijke herstructureringskosten, provisies en daarmee samenhangende waardeverminderingen (EUR 17,7 miljoen)
- andere juridische kosten (EUR 3,9 miljoen)

Financiële lasten werden verminderd met 3% van EUR 11,6 miljoen in 2012 naar EUR 11,3 miljoen in 2013

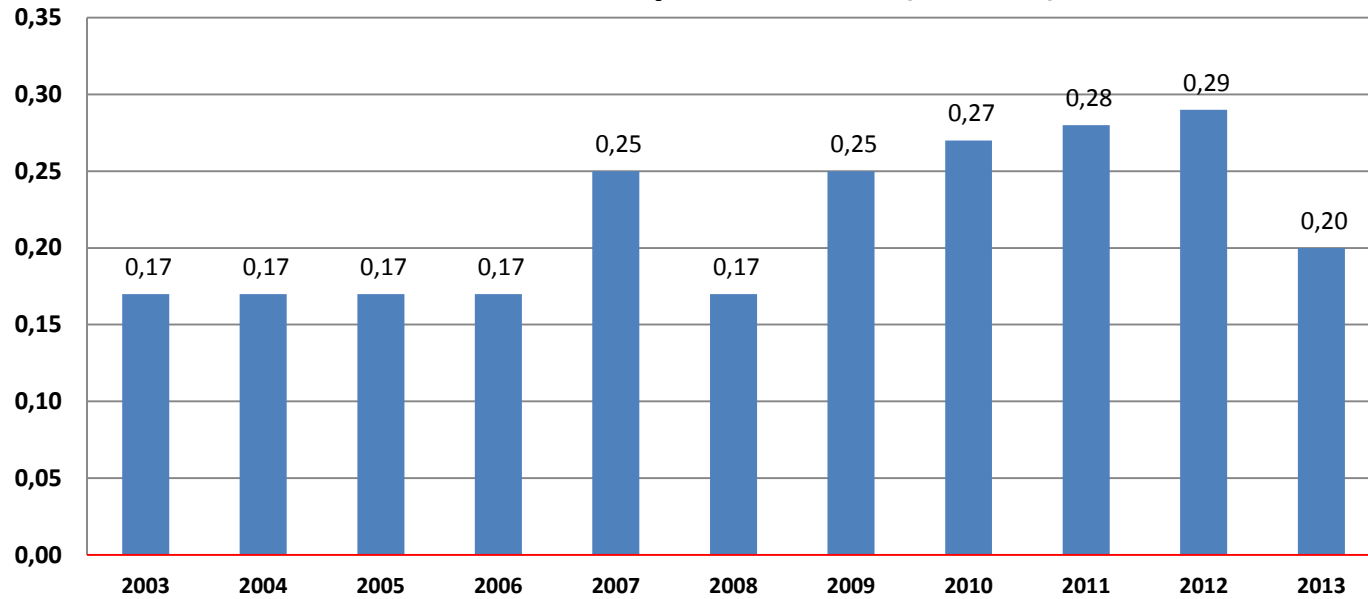
Dit heeft geleid tot een netto verlies van EUR -36,1 miljoen

# Resultaten 2013 – evolutie netto-resultaat



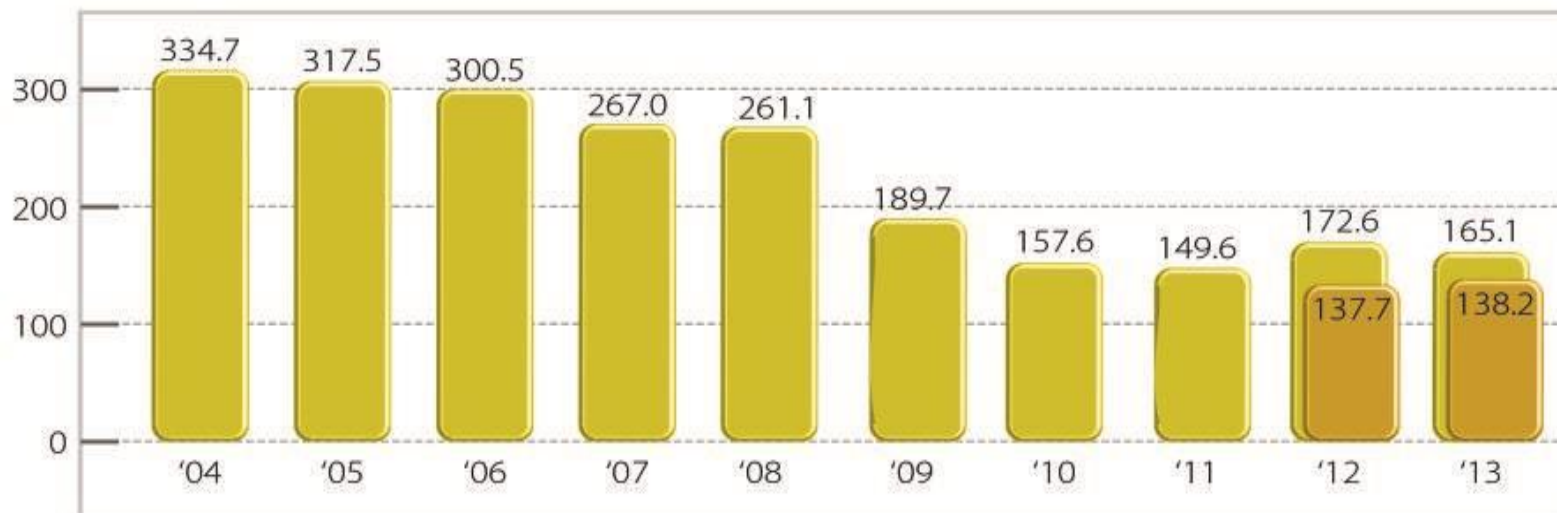
# Dividend

## Bruto dividend per aandeel (in EUR)



# Netto financiële schulden fors verminderd, maar impact op gearing van 2013

## Net financial debt (per 31 December)



# Koersevolutie Recticel

## beter dan Bel 20, op niveau van Bel Mid, maar onder Bel Small



# Agenda

- 1 Profiel Recticel
- 2 Strategische update
- 3 Economische context en resultaten
- 4 Verwachtingen voor de toekomst

## Objectieven 2015 (op gecombineerde basis)

- Realisatie van een gemiddelde jaarlijkse groei van de omzet, bij zelfde consolidatiekring, van 5%
- Realisatie van een jaarlijkse groei > 10% van resultaten en dividenden
- Behalen van een ROCE (EBIT/gemiddeld aangewende middelen) van 15%
- Halen van een schuldgraadratio (Netto financiële schulden/Eigen vermogen) van minder dan 50%



# Recticel staat klaar om haar objectieven 2015 te halen

- Dankzij de permanente focus op de uitvoering van het Strategisch Plan 2015 is de positie van de groep in belangrijke mate verbeterd, ondanks de ongunstige marco-economische situatie van de laatste 2 jaren :
  - De focus en prioriteiten zijn nu duidelijk
  - De kostenstructuur werd substantieel vereenvoudigd
  - De geografische diversificatie gaat verder, door middel van selectieve en gedifferentieerde initiatieven
  - Volledige toewijding aan Innovatie
- De belangrijkste risico's en de onzekerheid ivm de Europese boete liggen achter ons
- Het algemene economische klimaat in Europa verbetert