

Résultats du 1^{er} trimestre 2016

Très bon début d'année
Croissance organique de 4,2% et EBITDA ajusté en hausse de 41,5%

Points clés

Paris, le 21 avril 2016

- **Chiffre d'affaires de 576 M€, soit une croissance organique de +4,2% vs. T1 2015⁽¹⁾**
- **Fort démarrage de l'année en Amérique du Nord (croissance organique de +11,4%), EMEA (+5,5%) et Sport (+14,1%)**
- **EBITDA ajusté⁽²⁾ de 45,0M€ contre 31,8M€ au T1 2015, soit une hausse de 41,5%**
- **La marge d'EBITDA ajusté atteint 7,8% contre 5,7% au T1 2015, soit +210 pts de base**

(1) Croissance organique : à périmètre et à taux de change constants (A noter : dans la CEI, les augmentations de prix destinées à compenser les fluctuations des devises ne sont pas incluses dans la croissance organique. Celle-ci reflète donc uniquement les effets volume et mix. **En incluant les hausses de prix dans la CEI, la croissance organique ressort à +4,8%**).

(2) EBITDA ajusté : les ajustements comprennent les dépenses liées aux restructurations, aux acquisitions et certains autres éléments non-récurrents.

Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires à périmètre et taux de change constants a progressé de 4,2% vs. T1 2015. Les segments EMEA et Sport ont poursuivi sur les bonnes tendances de l'année 2015. L'Amérique du Nord a réalisé une très bonne performance (+11,4%), confirmant le redressement de ce segment. A l'inverse, l'environnement économique dans la CEI est resté défavorable, conduisant à une évolution organique négative pour le segment CEI, APAC & Amérique latine.

Les ventes reportées se sont élevées à 576M€ contre 561M€ au premier trimestre 2015. Le périmètre de consolidation est identique à celui du T1 2015 mais les taux de change ont eu un impact négatif de -8M€, en raison principalement du rouble qui est resté faible tout au long du trimestre.

EBITDA ajusté

L'EBITDA ajusté s'est élevé à 45,0M€ vs. 31,8M€ au T1 2015, soit une hausse de +41,5%. **La marge d'EBITDA ajusté a atteint 7,8% vs. 5,7% au T1 2015. L'Amérique du Nord a été le principal facteur** de gain, confirmant le rétablissement de sa rentabilité entamé au deuxième semestre 2015. Par ailleurs, EMEA et Sport ont atteint des marges supérieures à celles de T1 2015. Les marges dans la CEI ont souffert du ralentissement des volumes de ventes et de la faiblesse du rouble. Toutes les régions ont bénéficié de prix des matières premières favorables.

Commentant ces résultats, **Michel Giannuzzi, Président du Directoire de Tarkett, a déclaré:**

"Nous sommes heureux de l'activité très dynamique du début de l'année dans trois de nos quatre segments. C'est particulièrement net pour l'Amérique du Nord qui se trouve maintenant sur un vrai rythme de croissance, avec la plupart des lignes de produits en progrès. Le gain de marge d'EBITDA découle de la croissance des ventes et des améliorations opérationnelles. Ces résultats démontrent la bonne répartition géographique de la rentabilité du Groupe et la force de notre portefeuille très diversifié de solutions de revêtements de sol et de surfaces sportives."

Chiffre d'affaires par segment

En millions d'euros	2016	2015	Variation (en %)	Dont croissance organique ⁽¹⁾
EMEA	232,4	226,5	+2,6%	+5,5%
Amérique du Nord	187,2	162,8	+15,0%	+11,4%
CEI, APAC & Amérique latine	103,5	126,4	-18,1%	-11,0%
Sport	53,2	45,5	+17,0%	+14,1%
Total Groupe	576,3	561,2	+2,7%	+4,2%

EBITDA ajusté ⁽²⁾

En millions d'euros	2016	2015	Variation (en %)
EBITDA ajusté ⁽²⁾	45,0	31,8	+41,5%
% du chiffre d'affaires	7,8%	5,7%	+210 pb

(1) Croissance organique : à périmètre et à taux de change constants (A noter : dans la CEI, les augmentations de prix destinées à compenser les fluctuations des devises ne sont pas incluses dans la croissance organique. Celle-ci reflète donc uniquement les effets volume et mix). **En incluant les hausses de prix dans la CEI, la croissance organique ressort à +4,8%**.

(2) EBITDA ajusté : les ajustements comprennent les dépenses liées aux restructurations, aux acquisitions et certains autres éléments non-récurrents.

Commentaires par segment

Europe, Moyen Orient, Afrique (EMEA)

EMEA a réalisé une forte croissance organique de 5,5%. La plupart des pays ont contribué à cette performance, notamment les pays nordiques, le Royaume-Uni et l'Allemagne. Dans un contexte d'incertitudes politiques, l'activité en Espagne a ralenti par rapport à l'an dernier. La France a dégagé une légère croissance organique, ce qui constitue un changement notable par rapport aux trois dernières années.

L'augmentation des ventes reportées s'est limitée à 2,6% en raison du reclassement de certaines ventes vers d'autres segments et du fait d'un léger impact négatif des taux de change.

La catégorie des dalles vinyle haut de gamme (LVT) a été la famille de produits la plus porteuse. La mise en place de la nouvelle ligne de production en Pologne, décidée afin de répondre à cette demande croissante, progresse conformément aux attentes et sera finalisée en fin d'année.

Amérique du Nord

La croissance organique au T1 2016 a atteint 11,4% en Amérique du Nord. La plupart des lignes de produits ont profité de cette croissance, à la fois dans le secteur résidentiel et dans le secteur professionnel. Les ventes de dalles VCT, qui avaient été pénalisées au S1 2015 par les difficultés de transfert de production (maintenant résolues), se redressent.

En chiffres reportés, les ventes ont augmenté de 15%, grâce au taux du dollar contre euro qui a été légèrement plus fort qu'au T1 2015 et du fait du reclassement de certaines ventes de Desso Europe.

CEI, APAC & Amérique latine

Les ventes nettes ont reculé de -11,0% en organique (hors hausses de prix dans la CEI). Les conditions de marché en Russie sont restées défavorables, le pouvoir d'achat des consommateurs restant sous pression. L'effet de décalage entre les fluctuations du rouble et les hausses de prix a eu un impact négatif de 9M€ sur les ventes. Une nouvelle augmentation de prix a été passée en mars 2016, pour un pourcentage variable selon les produits pouvant aller jusqu'à 10%.

Dans la zone **Asie-Pacifique**, le début d'année a été plutôt lent, à la fois en Australie et en Chine. En revanche l'**Amérique latine** a connu un nouveau trimestre de croissance, malgré les difficultés économiques persistantes au Brésil.

Sport

L'activité Sport a commencé l'année sur un très bon rythme, affichant une croissance organique de 14,1%. Le gazon artificiel ainsi que les pistes d'athlétisme ont bien performé. Notre technologie de gazon hybride GrassMaster® a été sélectionnée pour équiper le Stade de France à Paris, où vont notamment se jouer le match d'ouverture et la finale de l'EURO 2016 de football.

Perspectives

Les régions Amérique du Nord et EMEA représentent maintenant plus de 80% de l'activité et de l'EBITDA du Groupe et devraient continuer sur un rythme de croissance, alors que nous nous attendons à des conditions encore difficiles cette année dans les pays de la CEI.

Le redressement en Amérique du Nord, entamé l'an dernier, se confirme de trimestre en trimestre. Les segments EMEA et Sport ont bien débuté l'année, bénéficiant du succès des produits modulaires en moquette et en vinyle, ainsi que de la forte demande en surfaces sportives.

Doté d'un bilan solide, Tarkett continuera à jouer un rôle actif dans la consolidation du secteur.

Une conférence audio se tiendra le vendredi 22 avril à 11h, heure de Paris, et un service de webcast (en live puis en différé, en anglais) sera également disponible sur le site www.tarkett.com.

Calendrier financier - les publications ont lieu après bourse

- 26 avril 2016 : Assemblée Générale Annuelle
- 27 juillet 2016 : résultats financiers semestriels
- 26 octobre 2016 : résultats financiers du troisième trimestre

À propos de Tarkett

Avec un chiffre d'affaires de 2,7 milliards d'euros en 2015, Tarkett est un leader mondial des solutions innovantes de revêtements de sol et de surfaces sportives. Offrant une large gamme de solutions intégrant des sols vinyles, linoléum, caoutchouc, moquettes, parquets et stratifiés, gazons synthétiques et pistes d'athlétisme, le Groupe sert ses clients dans plus de 100 pays dans le monde. Avec 12 000 collaborateurs et 34 sites industriels, Tarkett vend 1,3 million de mètres carrés de revêtement de sol chaque jour, à destination des hôpitaux, des écoles, de l'habitat, des hôtels, des bureaux ou commerces et des terrains de sport. Engagé en faveur du développement durable, le Groupe a mis en place une stratégie d'éco-innovation et promeut l'économie circulaire. Tarkett est coté sur le marché réglementé d'Euronext (compartment A, code ISIN FR0004188670, code mnémorique : TKTT). www.tarkett.com

Relations Investisseurs

Tarkett - Jacques Bénétreau - jacques.benetreau@tarkett.com

Tarkett - Alexandra Baubigeat Boucheron - alexandra.baubigeatboucheron@tarkett.com

Contact presse

Tarkett - Véronique Bouchard Bienaymé - communication@tarkett.com

Brunswick - tarkett@brunswickgroup.com - Tél. : +33 (0) 1 53 96 83 83

Avertissement

Ce communiqué peut contenir des estimations et/ou des informations prospectives. Elles ne constituent pas des prévisions relatives aux résultats de Tarkett ou à d'autres indicateurs de performance, mais plutôt des tendances ou des objectifs, selon le cas. Ces informations sont par nature sujettes à des risques et incertitudes, dont la plupart ne sont pas sous le contrôle de Tarkett, dont notamment les risques décrits dans le document de référence de Tarkett enregistré le 1er avril 2016 et disponible sur le site internet (www.tarkett.com). Ces risques et incertitudes incluent ceux décrits ou identifiés dans le document de référence déposé à l'AMF à la section « Facteurs de Risques ». Ces informations ne constituent pas des garanties quant aux performances futures de Tarkett, qui peuvent différer de manière significative. Tarkett ne s'engage pas à publier de mise à jour de ces informations en vue de tenir compte d'événements ou de circonstances postérieurs à la date de publication du communiqué.