

HUIS CLOS

Société Anonyme au capital de 1.601.500 Euros
 35 square Raymond Aron 76 130 MONT SAINT AIGNAN
 RCS Rouen n° 378 460 281- Cotée à Euronext Paris
 Compartiment C - FR0000072357 - HCL
www.huisclos.fr



Chiffre d'affaires annuel 2010

Le chiffre d'affaires de l'exercice 2010 s'élève à 165,4 M€ contre 188,4 M€ au 31 décembre 2009, le groupe enregistre ainsi un recul de 12,2%. Le contexte économique pèse sur le moral des ménages et de nouvelles dispositions fiscales défavorables entrées en vigueur au 1^{er} janvier 2010 (baisse du crédit d'impôt de 25% à 15% sur les menuiseries, de 40% à 25% sur la plupart des autres produits) ne jouent pas en faveur de l'accroissement du volume d'activité.

Ce recul est fortement impacté par la gamme produits « énergies renouvelables », principalement les pompes à chaleur, qui enregistre une baisse de 40%, 17,4 M€ en valeur soit plus de 10% du CA global et 75% de la perte de CA. Ces derniers représentent désormais 16% du CA global contre 23% sur l'exercice 2009.

Le réseau de distribution compte 160 magasins succursalistes sur l'ensemble du territoire français et n'a pas connu de nouvelles implantations sur 2010.

Chiffre d'affaires consolidé (Keuros)	2010	2009	Variation
1 ^{er} trimestre	43 997	47 067	-6,5 %
2 ^{ème} trimestre	41 193	49 731	-17,2 %
3 ^{ème} trimestre	35 556	41 662	-14,7 %
4 ^{ème} trimestre	44 697	50 007	-10,6 %
TOTAL	165 443	188 467	-12,2 %

CA consolidé par entité sociale (Keuros)	au 31/12/2010	au 31/12/2009	Variation
Huis Clos	150 804	172 346	-12,5%
Isoplas	6 397	5 881	8,8%
Logi Particulier	126	26	ns
S.E.C	50	65	ns
Altherm	728	496	ns
HC Management		78	ns
RB1	8	9	ns
CFN	6 604	7 721	-14,5%
Isosud	726	1 845	-60,7%
TOTAL	165 443	188 467	-12,2 %

Les prises de commandes 2010 enregistrent un recul de 14%. Le 4ème trimestre (-15%) connaît un recul plus marqué que le T2 (-10%) et le T3 (-12%), principalement en raison de la persistance d'un contexte économique défavorable à la consommation des ménages. Ces dernières souffrent également d'une baisse des effectifs vendeurs sur laquelle la Direction Commerciale accentue son action afin de retrouver un niveau structurel adéquat.

Prises de commandes (Keuros)	2010	2009	Variation
1 ^{er} trimestre	41 661	51 477	-19,1 %
2 ^{ème} trimestre	41 747	46 272	-9,8 %
3 ^{ème} trimestre	37 359	42 565	-12,2 %
4 ^{ème} trimestre	38 523	45 318	-15,0 %
TOTAL	159 290	185 632	-14,2 %

Compte tenu de la persistance d'un contexte économique difficile et de nouvelles mesures fiscales défavorables au 1^{er} janvier 2011 (baisse du crédit d'impôt de 15% à 13% sur les menuiseries, de 25% à 22% sur la plupart des autres produits), la Direction du Groupe reste prudente et prend pour priorité le maintien de la rentabilité, pour ce faire, elle reste très attentive à :

- la progression des effectifs commerciaux afin de limiter au mieux le recul en volume d'activité
- la productivité du personnel
- l'optimisation des charges et des frais généraux

Dans ce cadre, la Direction a procédé sur le dernier trimestre 2010 à la fermeture de son site de production de Lyon (Isosud) et à son rapatriement sur le Havre, lieu d'implantation des sites industriels du groupe. Cette opération se traduira par un gain de charges de l'ordre de 500 K€ annuels (base 2010) sans perte majeure de clientèle dont le suivi est repris par Isoplas, principal site de production. Isosud sera, par suite, absorbée par Isoplas avec effet au 1^{er} janvier 2011.

La Direction a également convenu de stabiliser le réseau de distribution et de reporter l'ouverture de nouvelles agences dans l'attente d'une reprise sensible de l'activité.

Le groupe conserve, en effet, des atouts certains pour limiter le recul d'activité et retrouver de la croissance :

- Enseigne leader sur son marché
- Activité totalement orientée sur les économies d'énergies, secteur porteur d'investissements des ménages
- Marché de l'habitat moins sensible à une baisse brutale de consommation
- Typologie de clientèle moins touchée par les aléas économiques, le groupe s'adresse à une clientèle de propriétaires ayant soldé leurs emprunts immobiliers ou en voie de les solder pouvant ainsi consacrer un budget à la rénovation de leur habitat
- Démarchage direct très actif d'une force de vente rémunérée essentiellement en variable du CA.
- Facultés de développement de la gamme « produits »