



Communiqué du 12/08/2011



**HUIS CLOS**

**Société Anonyme au capital de 1.601.500 Euros**

35 square Raymond Aron 76130 MONT SAINT AIGNAN

RCS Rouen n°378 460 281- Cotée à Euronext Paris

Compartiment C - FR0000072357 - HCL

[www.huisclos.fr](http://www.huisclos.fr)

## Chiffre d'Affaires au 30 juin 2011

Au 1<sup>er</sup> semestre 2011, Huis Clos enregistre un chiffre d'affaires de 78 M€ contre 85,2 M€ au 30 juin 2010, soit un repli de 8,5%. Au 2<sup>ème</sup> trimestre, le chiffre d'affaires progresse de 2,1% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre et atteint 39,4 M€, en retrait de 4,4% par rapport à la même période de l'exercice précédent, soit un rythme de baisse nettement inférieur à celui du T1. Dans un contexte économique incertain, le volume d'activité reste pénalisé par les dispositions fiscales défavorables entrées en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2010 et renforcées par celles du 1<sup>er</sup> janvier 2011 (baisse du crédit d'impôt de 25% à 13% sur les menuiseries, de 40% à 22% sur la plupart des autres produits).

Toujours impacté par la suppression du crédit d'impôt de 50% sur les pompes à chaleur « air-air », le chiffre d'affaires des produits « énergies renouvelables » est en recul de 19%, soit 2,6 M€ en valeur, ce qui constitue près de 40% du retard pris par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2010. A fin juin 2011, ces produits représentent 15% de l'activité du Groupe contre 17% un an plus tôt. Les produits « menuiseries » enregistrent quant à eux un repli de 6,5% (9%, à gamme équivalente, hors bardage extérieur isolant).

Le réseau de distribution compte 160 magasins succursalistes sur l'ensemble du territoire français et aucune nouvelle implantation n'a été constatée sur la période.

### Chiffre d'Affaires consolidé

(en K€)	2011	2010	Variation
1er Trimestre	38 574	43 997	-12,3%
2ème Trimestre	39 383	41 193	-4,4%
<b>TOTAL</b>	<b>77 957</b>	<b>85 190</b>	<b>-8,5%</b>

### Répartition du CA consolidé par entité sociale

(en K€)	30/06/2011	30/06/2010	Variation
Huis Clos	70 572	78 405	-10,0%
Isoplas	3 360	3 561	-5,6%
Logi Particulier	85	48	ns
SEC	68	28	ns
Altherm	264	390	ns
RB 1	4	4	ns
CFN	3 604	2 754	30,9%
<b>TOTAL</b>	<b>77 957</b>	<b>85 190</b>	<b>-8,5%</b>

Les prises de commandes enregistrent un recul de 7% pour l'ensemble du semestre. Les ventes souffrent du climat économique actuel mais également d'un manque d'effectifs commerciaux : des actions sont en cours afin de reconstituer une équipe de vente plus offensive.

### Prises de Commandes

(en K€)	2011	2010	Variation
1er Trimestre	39 187	41 661	-5,9%
2ème Trimestre	38 267	41 747	-8,3%
<b>TOTAL</b>	<b>77 454</b>	<b>83 408</b>	<b>-7,1%</b>

Compte tenu d'un taux de marge brute élevé (*taux normatif d'environ 77% pour le Groupe*), la baisse d'activité enregistrée au 30 juin 2011 pèsera sur les résultats du 1er semestre, la baisse de marge ne pouvant plus être intégralement compensée par les économies de charges, comme en 2010. D'après les premières estimations, le résultat opérationnel courant (ROC) du 1<sup>er</sup> semestre 2011 se situerait dans une fourchette comprise entre 0,5 M€ et 1 M€.

Ainsi, dans un contexte toujours perturbé, le Groupe reste prudent et privilégie le maintien de la rentabilité à travers trois axes principaux :

- le renforcement des effectifs commerciaux afin de limiter au mieux le repli de l'activité, avec un objectif de 1200 vendeurs à fin septembre 2011 contre 1000 vendeurs en moyenne sur le 1<sup>er</sup> semestre ;
- l'amélioration permanente de la productivité du personnel ;
- l'optimisation des charges et des frais généraux.

Le Groupe a également choisi de renforcer la force de vente dédiée aux professionnels afin de couvrir une plus large zone géographique et ainsi développer ce secteur d'activité peu exploité jusqu'alors.

Le bénéfice de ces mesures ne portera ses fruits qu'à compter, au mieux, du 4<sup>ème</sup> trimestre 2011.

En dépit d'un environnement fragilisé, le groupe s'attache à préserver ses nombreux atouts pour renouer avec la croissance dès lors que le contexte économique se redressera :

- Huis Clos est une enseigne leader sur son marché ;
- Son activité est totalement orientée vers les économies d'énergies, secteur porteur d'investissements des ménages ;
- Le marché de l'habitat est peu sensible à une baisse brutale de consommation ;
- La typologie de clientèle est 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 et pouvant ainsi consacrer un budget à la rénovation de leur habitat ;
- Le démarchage direct très actif d'une force de vente rémunérée essentiellement en variable du CA ;
- Les facultés de développement de la gamme « produits ».