



Communiqué du 15/02/2012



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

Chiffre d'Affaires au 31 décembre 2011

Au 31 décembre 2011, Huis Clos enregistre un chiffre d'affaires de 151 M€ contre 165 M€ au 31 décembre 2010, soit un repli de 8,3%. Le repli plus prononcé du T3 (-13%) s'explique principalement par une facturation exceptionnelle en septembre 2010 de plus de 17 Me, contre une moyenne mensuelle habituelle de l'ordre de 14 Me. Le 4^{ème} trimestre marque le retour d'un volume de facturation plus conséquent, 42,5 Me contre des trimestres précédents bien inférieurs à 40 Me. Dans un contexte économique incertain, le volume d'activité a été pénalisé par des dispositions fiscales défavorables entrées en vigueur au 1^{er} janvier 2010 et renforcées par celles du 1^{er} 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 11%, soit 3 M€ en valeur. La proportion de ces produits dans le chiffre d'affaires global semble se stabiliser, ceux-ci représentent 16% de l'activité du Groupe contre 18% un an plus tôt. Les produits « menuiseries » enregistrent quant à eux un repli de 8,5% (10%, à gamme équivalente, hors prestations d'isolation des combles & 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	39 406	41 193	-4,3%
3ème Trimestre	30 932	35 594	-13,1%
4ème Trimestre	42 544	44 453	-4,3%
TOTAL	151 456	165 237	-8,3%

Répartition du CA consolidé par entité sociale

(en K€)	31/12/2011	31/12/2010	Variation
Huis Clos	135 757	150 759	-10,0%
Logi Particulier	183	126	ns
Isoplas	5 727	6 216	4,8%
Isosud	1 551	726	
SEC	74	46	ns
Altherm	736	760	ns
CFN	7 424	6 596	12,6%
RB 1	4	8	ns
TOTAL	151 456	165 237	-8,3%

Les progressions de près de 5% des CA industriels (Isoplas, Isosud) et de près de 13% pour CFN, sont liés à l'extension d'activité « vente aux professionnels » que le groupe a entrepris de développer sur le 2^{ème} semestre 2011.

Les prises de commandes enregistrent un recul de 5,3% pour l'ensemble de la période. Les ventes souffrent du climat économique actuel mais également d'un manque d'effectifs commerciaux : des actions ont été entreprises courant septembre 2011 afin de reconstituer une équipe de vente plus offensive. Ces dernières semblent porter leurs fruits, le T4 enregistrant une progression de 1,6% après deux années de récession.

Prises de Commandes

(en K€)	2011	2010	Variation
1er Trimestre	39 187	41 661	-5,9%
2ème Trimestre	38 267	41 747	-8,3%
3ème Trimestre	34 278	37 359	-8,2%
4ème Trimestre	38 927	38 317	1,6%
TOTAL	150 659	159 084	-5,3%

Compte tenu d'un taux de marge brute élevé (*taux normatif d'environ 77% pour le Groupe*), la baisse d'activité pèsera sur les résultats de l'exercice en cours, la baisse de marge ne pouvant plus être intégralement compensée par les économies de charges, comme en 2010.

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 ;
- 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.

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 ».