



**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 1<sup>er</sup> trimestre 2012

Au 31 mars 2012, Huis Clos enregistre un chiffre d'affaires de 38,1 M€ contre 38,6 M€ au 31 mars 2011, soit un repli de 1,4%.

Le contexte économique continue de peser sur le moral des ménages et les dispositions fiscales défavorables entrées en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2010 (baisse du crédit d'impôt de 25% à 10% sur les menuiseries, de 40% à 15% sur la plupart des autres produits) handicapent sérieusement la croissance du volume d'activité.

Pour contrer ces effets néfastes au développement, le groupe a pris la décision de renforcer ses effectifs commerciaux, notamment dans les secteurs « EnR » (Energies Renouvelables) et « Isolation » (Isolation des combles & Bardage extérieur). Ainsi ces derniers ont connu des progressions respectives de 26% et 22% sur le T1, alors que le secteur « menuiseries » accuse un retard de 10% sur la même période auprès des clients « particuliers », ramené à 7% grâce au développement des ventes industrielles (+53%) auprès de clients « professionnels ».

Le réseau de distribution auprès du client « particulier » compte 160 magasins succursalistes sur l'ensemble du territoire français et n'a pas connu de nouvelles implantations depuis début 2010.

### Chiffre d'Affaires consolidé

(en K€)	2012	2011	Variation
1er Trimestre	38 053	38 574	-1,4%

### Répartition du CA consolidé par entité sociale

(en K€)	31/03/2012	31/03/2011	Variation
Huis Clos	35 447	36 851	-3,8%
Isoplas	1 011	1 548	53,5%
Isosud (1)	1 365		
Logi Particulier	60	48	ns
SEC	16	22	ns
Altherm	154	102	ns
RB 1		3	ns
<b>TOTAL</b>	<b>38 053</b>	<b>38 574</b>	<b>-1,4%</b>

(1) ISOSUD est désormais en charge de la commercialisation de l'ensemble des produits fabriqués par le groupe auprès d'une clientèle de professionnels. Sa fusion envisagée avec la société Isoplas au 1er janvier 2011 n'a pas été menée à terme afin d'obtenir séparation et meilleures analyses des canaux de distribution « Particuliers » (réseau Huis Clos), « Concessions Plein Jour » (majoritairement Isoplas) et « Professionnels » (Isosud).

L'accroissement des équipes de vente auprès des clients « particuliers » et le développement des ventes industrielles auprès des clients « professionnels » semblent porter leur fruit. Ainsi, les prises de commandes du 1<sup>er</sup> trimestre 2012 enregistrent une progression significative de 5,6%. Si cette tendance se confirme, le CA facturé sur le 2<sup>ème</sup> trimestre 2012 signera un retour à la croissance.

### Prises de Commandes

(en K€)	2012	2011	Variation
1er Trimestre	41 381	39 198	5,6%

Compte tenu de la persistance d'un contexte économique difficile, la Direction du groupe reste prudente et prend pour priorités un retour à la croissance et l'amélioration de la rentabilité. Pour ce faire, elle reste très attentive à :

- la progression des effectifs commerciaux afin de redresser significativement le volume d'activité
- l'amélioration permanente de la productivité individuelle du personnel
- l'optimisation des frais généraux et les charges fixes ou variables.

La commercialisation des produits fabriqués par nos sites industriels a été élargie, au cours du 4<sup>ème</sup> trimestre 2011, au secteur clients « professionnels ». Ce segment de distribution, qui affiche une progression de plus de 50% au 1<sup>er</sup> trimestre 2012, permet d'augmenter les volumes de production sans engendrer de charges significatives, il procure ainsi un taux de rentabilité net important.

De même, les sites industriels ont élargi leur gamme de produits fabriqués avec notamment l'intégration de la production des portails et portillons dont le réseau de distribution s'approvisionnait jusqu'alors auprès de fournisseurs extérieurs au groupe. Cette extension de fabrication crée ainsi une marge industrielle complémentaire.

De plus, le groupe conserve d'autres atouts certains pour développer son activité et retrouver de la croissance :

- Activité totalement orientée sur les économies d'énergies, secteur porteur d'investissements des ménages
- Marché de l'habitat individuel, élément important voire essentiel aux yeux du particulier propriétaire pour la valorisation de son patrimoine immobilier personnel, donc moins sensible aux aléas de la consommation des ménages
- 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 »