



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 30 septembre 2012

Au 30 septembre 2012, Huis Clos enregistre un chiffre d'affaires de 111,4 M€ contre 108,9 M€ au 30 septembre 2011, soit une progression de 2,3%.

Le contexte économique continue de peser sur le moral des ménages et les dispositions fiscales défavorables entrées en vigueur depuis le 1^{er} 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.

Les secteurs « EnR » (Energies Renouvelables) et « Isolation » (Isolation des combles & Bardage extérieur) restent les plus porteurs de croissance, ces derniers connaissent des progressions respectives de 11% et 58%, alors que le secteur « menuiseries » accuse un retard de 7% sur la même période auprès des clients « particuliers », ramené à 3% grâce au développement des ventes industrielles (+62%) auprès de clients « professionnels ».

Le réseau de distribution auprès du client « particulier » a procédé à la fermeture de 12 agences commerciales sur le T3, il compte désormais 148 magasins succursalistes sur l'ensemble du territoire français.

Chiffre d'Affaires consolidé

(en K€)	2012	2011	Variation
1er Trimestre	38 053	38 574	-1,4%
2ème Trimestre	38 993	39 406	-1,0%
3ème Trimestre	34 346	30 932	11,0%
TOTAL	111 392	108 912	2,3%

Répartition du CA consolidé par entité sociale

(en K€)	30/09/2012	30/09/2011	Variation
Huis Clos	102 347	103 357	-1,0%
Isoplas	3 014		
Isosud (1)	5 084	5 005	61,8%
Logi Particulier	133	128	ns
Altherm	814	418	ns
RB 1		4	ns
TOTAL	111 392	108 912	2,3%

(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).

Les prises de commandes au 30 septembre 2012 enregistrent une progression de 1,7%, grâce notamment à la croissance enregistrée sur le 1^{er} trimestre 2012.

Prises de Commandes

(en K€)	2012	2011	Variation
1er Trimestre	41 341	39 198	5,5%
2ème Trimestre	38 386	38 277	0,3%
3ème Trimestre	33 908	34 257	-1,0%
TOTAL	113 635	111 732	1,7%

Compte tenu de la persistance d'un contexte économique difficile, la Direction du groupe a mis en œuvre un important plan de restructuration. Evalué à plus de 5 millions d'euros en année pleine, celui-ci porte sur une réduction des effectifs de l'ordre de 10%, la fermeture des agences commerciales insuffisamment productives (12 effectuées sur le T3), la concentration des bases administratives et techniques régionales (4 bases fermées en 2012), la réduction du budget publicité.

La Direction prend pour priorités, une amélioration à court terme de la rentabilité et un retour à la croissance par extension du marché auprès des professionnels installateurs. Pour ce faire, elle reste très attentive à :

- la formation et la stabilisation des effectifs commerciaux afin de maintenir au mieux le volume d'activité du réseau de distribution « Particuliers »
- l'accroissement d'une force de vente expérimentée auprès d'une clientèle « Professionnels »
- l'amélioration permanente de la productivité individuelle du personnel
- l'optimisation des frais généraux et des charges fixes ou variables.

La commercialisation des produits fabriqués par nos sites industriels a été élargie, au cours du 4ème trimestre 2011, au secteur clients « professionnels ». Ce segment de distribution, qui affiche une progression de plus de 60% au 30 septembre 2012, permet d'augmenter les volumes de production sans engendrer de charges significatives, hors personnel commercial dédié, il procure ainsi un complément de rentabilité nette 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 significative.

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 »