



Chiffre d'affaires au 30 septembre 2009

Après avoir réalisé une progression annuelle de 33% en 2007 et de 37% en 2008, le groupe Huis Clos maintient un rythme de croissance raisonnable, dans une période économique trouble, en signant 6% de progression, à périmètre comparable, au 30 septembre 2009. Ainsi, sur les 12 derniers mois le chiffre d'affaires s'est élevé à 189 M€ et affiche une croissance de 12%.

12 nouvelles agences commerciales ont été ouvertes du 1^{er} janvier au 30 septembre 2009, le réseau de distribution compte à cette date 162 magasins sur l'ensemble du territoire français. Le groupe a dû

faire face à la suppression du crédit d'impôt de 50% sur les pompes à chaleur « air-air », cette suppression a engendré une perte de chiffre d'affaires de l'ordre de 50% sur ce type de matériel, 13 M€ en valeur soit 10% du CA global à fin septembre. Le développement de nouveaux produits permet de limiter la baisse du CA « énergies renouvelables » à moins de 20%. Ces derniers représentent désormais 23% du CA contre 31% sur l'exercice 2008. Contrairement à cette baisse, les produits historiques « menuiseries » sont venus fortement compenser cette décroissance en enregistrant une progression de près de 20%.

Chiffre d'affaires consolidé (Keuros)	2009	2008	Variation
1 ^{er} trimestre	47 067	40 183	17,1 %
2 ^{ème} trimestre	49 731	47 538	4,6 %
3 ^{ème} trimestre	41 703	41 939	-0,6 %
TOTAL	138 501	129 660	6,8 %

CA consolidé par entité sociale (Keuros)	au 30/09/2009	au 30/09/2008	Variation
Huis Clos	127 413	119 016	7,1 %
Isoplas	4 130	4 897	-15,7 %
Logi Particulier	77	105	ns
S.E.C	35	30	ns
Altherm	347	327	ns
HC Management	137	58	ns
RB1	4		ns
CFN	5 161	5 141	0,4 %
Logi Aluminium	58	86	intégré 01.07.2008
Isosud	1 139		intégré 01.01.2009
TOTAL	138 501	129 660	6,8 %

Sur les 12 derniers mois et à périmètre comparable, les prises de commandes se sont élevées à 186 M€ et ont enregistré une progression de près de 6%.

Au 30 septembre 2009, l'exercice enregistre une croissance de 1,7% freinée par la suppression du crédit d'impôt sur les pompes à chaleur « air-air ». Ce ralentissement devrait cependant s'amoin-

drir, à moyen terme, l'effet psychologique relatif à cette suppression de crédit d'impôt sur la clientèle et les forces de ventes du groupe devant s'estomper avec le temps. D'autre part, l'ouverture récente de plusieurs agences commerciales (20 en 2008 et 12 au 30 septembre 2009) devrait porter ses pleins effets sur les prises de commandes dans les mois à venir.

Prise de commandes (Keuros)	2009	2008	Variation
1 ^{er} trimestre	51 477	49 314	4,4 %
2 ^{ème} trimestre	46 272	45 491	1,7 %
3 ^{ème} trimestre	42 606	43 257	-1,5 %
TOTAL	140 355	138 062	1,7 %

Le T3, avec un recul de 1,5% par rapport à 2008, confirme le ralentissement de croissance déjà constaté au T2. Une analyse géographique de la situation démontre qu'il ne s'agit pas d'un cas généralisé, la majorité de régions continuant à réaliser des progressions pour une croissance globale supérieure à 2 chiffres alors que 2 régions pénalisent fortement cette dernière. Une réorganisation des forces de ventes est actuellement en cours afin de remettre à niveau les régions en retard.

Le contexte économique actuel continue de peser sur le moral des ménages, cependant le groupe possède des atouts certains pour en limiter les impacts :

- 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.

Néanmoins, la croissance de l'activité sur 2009 sera nettement plus modérée que sur les deux exercices précédents, qui ont connu une progression exceptionnelle (+33% et +37%), sans qu'il soit possible d'en projeter précisément la valeur et d'en définir la durée. C'est pourquoi, par mesure préventive, un programme de réduction des coûts a été initié sur le 2ème semestre 2009 ayant pour objectif de maintenir la rentabilité opérationnelle du groupe à hauteur de celle de l'exercice précédent.

