PRÉSENTATION GÉNÉRALE

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

1 Un acteur majeur des métiers de l'élévation . . . . . p 4/5

2 Chiffres clés . . . . . p 6 à 9

3 La Gouvernance du Groupe Haulotte . . . . . p 10/11

4 Interview du Président et du Directeur Général . . . . . p 12 à 15

5 Le modèle économique . . . . . p 16 à 21

6 Stratégie & Perspectives . . . . . p 22/23

7 Haulotte Group et ses actionnaires . . . . . p 24/25

UN ACTEUR MAJEUR DES METIERS DE L'ELEVATION

Haulotte Group, spécialiste des matériels d'élévation de personnes et de charges, construit et commercialise, grâce à son réseau de filiales de ventes et services, une gamme de produits dénombrant plus de 60 modèles afin de répondre à toutes les spécificités de ses clients : nacelles élévatrices, chariots téléscopiques, engins de terrassement, échafaudages, équipements d'évènementiels, modules d'étayages.

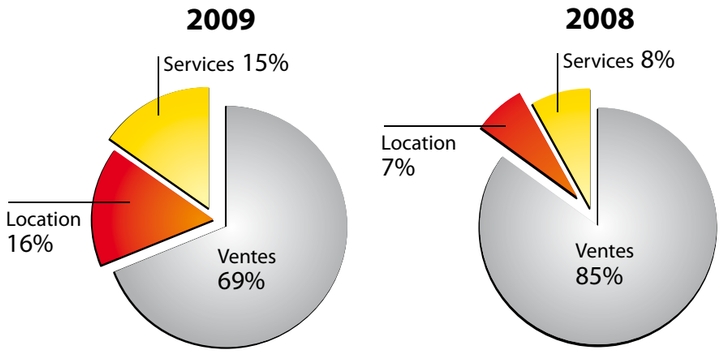
23 filiales & bureaux

7 sites industriels

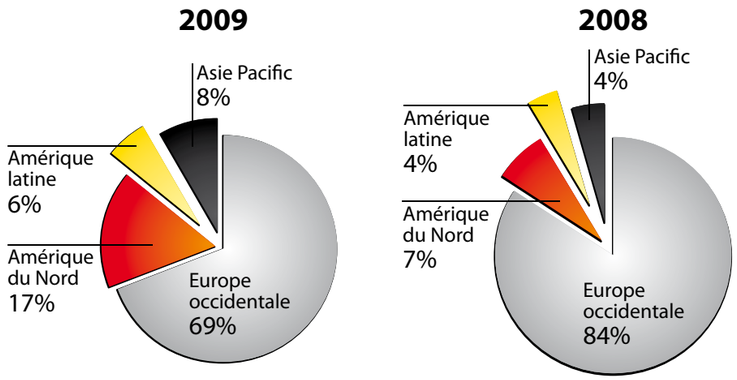
1500 collaborateurs

83% de CA réalisé à l'international

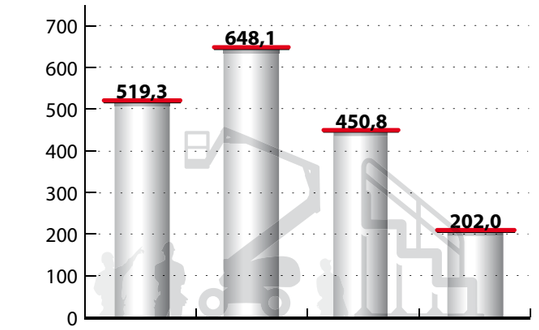
CHIFFRES CLÉS



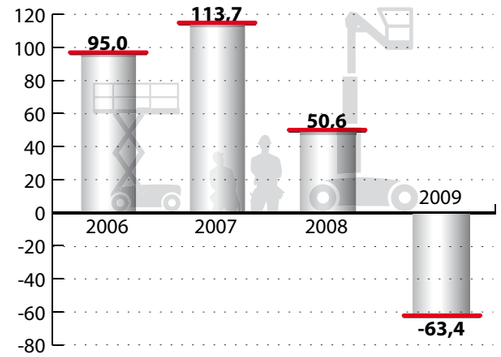
Répartition du CA par activité



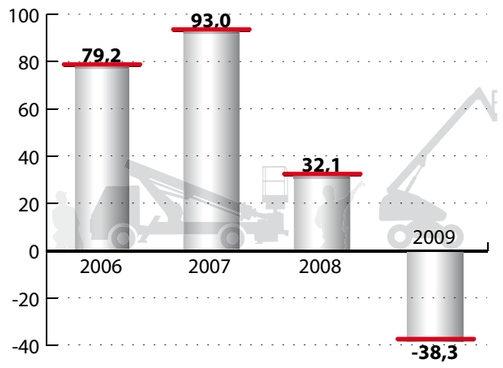
Répartition du CA par zone géographique



Evolution du chiffre d'affaires (en M€)



Evolution du résultat opérationnel avant écarts d'acquisition (en M€)



Evolution de la MBA (en M€)

Bilan actif

en M€	2009	2008
Actifs non courants	**164,9**	**176,8**
dont > Ecarts d'acquisition	19,2	20,1
> Immobilisations corporelles	96,1	88,7
> Clients sur opérations de financement (> 1 an)	38,4	53,2
Actifs courants	**381,5**	**472,1**
dont > Stocks	207,0	236,3
> Clients	66,7	141,8
> Clients sur opérations de financement (< 1 an)	15,1	28,5
> Trésorerie et équivalents en trésorerie	65,8	22,8
TOTAL DES ACTIFS	**546,4**	**648,9**

Bilan passif

en M€	2009	2008
Capitaux propres (part du groupe)	**225,0**	**286,3**
Passifs non courants	**31,9**	**202,4**
dont > Emprunts long terme	26,6	192,2
Passifs courants	**289,1**	**159,5**
dont > Fournisseurs	24,3	65,5
> Autres créditeurs	12,7	32,5
> Emprunt court terme*	240,6	48,4
TOTAL DES PASSIFS ET CAPITAUX PROPRES	**546,4**	**648,9**

*176,8 M€ seront reclassés en LT en 2010 suite avenant au crédit syndiqué

Compte de résultats résumé (en M€)

en M€	2009	2008	% CA	var.08/09
Chiffre d'affaires	202,0	450,8		-55,2%
Résultat opérationnel*	-63,4	50,6	11,2%	
Résultat avant impôts	-68,8	39,0	8,7%	
Résultat net de l'ensemble consolidé	-55,7	-31,9	7,1%	

*dont 28,8 M€ de résultat non récurrent en 2008

LA GOUVERNANCE DU GROUPE HAULOTTE

Administrateurs

Pierre Saubot
Président du Conseil d'Administration et Directeur Général

Alexandre Saubot
Directeur Général Délégué

Bertrand Badré

Michel Bouton

José Monfront
Directeur Général Adjoint

Elisa Saubot

Hadrien Saubot

Comité exécutif

Alexandre Saubot
Directeur Général Délégué

José MONFRONT
Directeur Général Adjoint

Florence FLICHY
Directeur financier

Philippe NOBLET
Secrétaire Général

Thibault MOUILLEFARINE
Directeur Marketing

Commissaires aux comptes

PricewaterhouseCoopers Audit
Représenté par Elisabeth L'hermite
20, rue Garibaldi • 69451 Lyon cedex 06

Hoche Audit
Représenté par Dominique Jutier
35, avenue Victor Hugo • 75 Paris

INTERVIEW DE PIERRE & ALEXANDRE SAUBOT

Comment décririez-vous l'année 2009 ?

Lorsque l'on dirige un groupe industriel, que l'on doit faire face à une division par quatre en volume de son marché en 12 mois, l'expression qui vient spontanément à l'esprit est « Annus horribilis ». Cette détérioration brutale est la conséquence de la crise économique et financière et de ses conséquences sur l'activité et les plans d'investissement de nos principaux clients loueurs, en particulier en Europe et aux Etats-Unis.

Dans un environnement devenu très difficile, les résultats du Groupe ont été logiquement impactés par la baisse de 55% de notre chiffre d'affaires. Cependant, **nous maintenons nos parts de marché en Europe, et progressons notablement en Asie et en Amérique**. Nous avons également poursuivi notre développement hors d'Europe avec l'intégration réussie de la société américaine BilJax, acquise en juillet 2008 et le démarrage mi-2009 de notre première unité d'assemblage sur le continent asiatique, à Changzhou.

Quelles sont les conséquences de la crise pour Haulotte Group ?

La crise a eu des effets importants sur nos comptes. Au-delà de la forte baisse du chiffre d'affaires, le résultat opérationnel (- 63.4 M€) a été affecté par

- l'effet négatif important des volumes sur la marge brute
- le haut niveau des dotations aux dépréciations de stocks et clients
- le coût de sous-activité des unités de production

Nos activités de location ont été également impactées par la crise économique et les activités de services ont aussi été touchées du fait de la baisse du taux d'utilisation des flottes de machines chez nos clients loueurs.

Dès 2008, nous avions mis en place des mesures nécessaires pour faire face à la crise, nous les avons renforcés en 2009. Des efforts très importants ont été entrepris en matière de baisse des frais fixes (-27% par rapport à 2008 à périmètre constant). Nous avons réduit nos besoins en fonds de roulement et mis tout en œuvre pour accélérer nos efforts de destockage. Nous avons également réduit nos dépenses commerciales et marketing ainsi que nos dépenses de structures, et avons donné la priorité aux investissements en matière de recherche et développement.

Malgré la faiblesse des marchés en 2009, **nous sommes parvenu à réduire la dette nette de plus de 15 M€** grâce à la forte baisse des volumes produits et à la réduction de dix jours de notre DSO (délai moyen de paiement de nos clients). La trésorerie du Groupe au 31 décembre s'élevait à près de 66 M€.

S'agissant du financement du groupe, principalement assuré par un Crédit syndiqué d'un montant disponible au 31 décembre 2009 de 233,5 M€, nous avons, suite à la rupture du respect des ratios financiers intervenue sur le second semestre 2009, ouvert des négociations avec nos banquiers et sommes parvenus à un accord début 2010 pour fixer de nouvelles conditions applicables au crédit jusqu'à son échéance en juillet 2013.

La crise a-t-elle remis en cause vos choix stratégiques ?

La flexibilité de notre modèle économique nous a permis de nous adapter à une crise d'une rare violence, ce qui nous permet de résister aux turbulences. Nos choix stratégiques demeurent, et nous conduisent à réaffirmer la priorité donnée au moyen-terme.

La stratégie du groupe qui a toujours été d'être **proche de ses marchés**, au travers d'un réseau de filiales en propre, proposant une gamme complète de produits et de services, sera renforcée selon deux axes.

- **Proximité client :** Conforter notre présence auprès des clients par une force de vente dédiée, des structures marketing et services accrues.

- **Gamme innovante :** Des dépenses R&D confortées et un rythme de lancement de nouveaux produits encore plus soutenu.

Notre proposition de valeur clients spécifique qui en découle sera de plus en plus naturellement de **proposer des produits pensés et développés avec des clients.**

En Europe, où nous conservons notre position de leader, le groupe concentrera principalement ses ressources dans la satisfaction de ses clients en renforçant sa présence locale et son réseau de services. Nous allons organiser des événements spécifiques dans chaque pays pour rencontrer nos clients et promouvoir nos produits, notamment à travers de nombreux essais comparatifs.

En Asie, Amérique du Nord et Australie, le groupe renforcera sa présence et sa notoriété par des **actions fortes** incluant des participations à des salons professionnels dont le rayonnement contribue à accroître la notoriété de notre marque sur la zone géographique ciblée.

Quelles sont les perspectives 2010 ?

Je ne dispose aujourd'hui d'aucun élément tangible permettant de tabler sur un rebond sensible du marché en 2010. N'ayant toujours pas retrouvé de réelle visibilité, Haulotte Group s'est préparé pour faire face à des conditions économiques similaires à celles de 2009.

Cependant, nous sommes résolument confiants dans la capacité du Groupe à **relever les challenges que nous impose un environnement économique devenu complexe** et extrêmement difficile. Notre **axe stratégique d'innovation orientée clients** se concrétise en 2010, par des nouveaux modèles très prometteurs, telle que la nacelle HA12CJ ou HA12CJ+, nacelle articulée de 12m, conçue pour répondre à tous travaux intérieurs, ou encore l'élargissement de notre offre chariots télescopiques avec l'arrivée d'une gamme de machines 10m.

Dans ce contexte incertain, priorité a été également donnée à la poursuite de réduction du BFR et à la maîtrise des coûts fixes, paramètres essentiels à la bonne gestion de notre avenir. Notre volonté demeure plus que jamais dans **la préservation des compétences de nos équipes** pour proposer à nos clients des produits innovants, de qualité, et des services associés adaptés à leurs besoins.

LE MODÈLE ÉCONOMIQUE

L'organisation du groupe : 3 métiers (concepteur-assembleur, vente et services, location).

Acteur global, Haulotte Group fonde son modèle économique sur :

» **un outil industriel** performant et flexible permettant de s'adapter aux fluctuations de la demande et aux spécificités marché.

7 sites industriels

Site Le Creusot
(Saône et Loire - France)
Fabrication : Nacelles élévatrices de personnes télescopiques ou articulées supérieures à 20 m, ciseaux thermiques et tout terrain, électriques, nacelles sur camion.

Site de Reims
(Marne - France)
Fabrication : Ciseaux électriques et mâts verticaux.

Site de Archbold
(USA)
Fabrication : Nacelles automotrices et tractées, échafaudages fixes et mobiles, équipements d'évènementiel.

Site de Santander
(Espagne)
Fabrication : Chariots télescopiques et chargeuses pelleteuses.

Site de L'Horme
(Loire - France)
Fabrication : Nacelles élévatrices de personnes télescopiques ou articulées inférieures à 20m.

Site de Arges
(Roumanie)
Fabrication : Ciseaux électriques et diesels.

Site de Changzhou
(Chine)
Fabrication : Ciseaux électriques.

LE MODÈLE ÉCONOMIQUE

- **La commercialisation et les offres de services associés** offrant un réseau de distribution qui s'appuie sur 23 filiales et bureaux répartis sur les marchés stratégiques, appuyé par un réseau de distributeurs contribuant à couvrir plus de 100 pays.

- **La location de matériel** sur certaines zones commerciales pour plus de proximité et d'écoute des utilisateurs finaux.

Les marchés

- **Les loueurs de matériels :** acteurs traditionnels du groupe Haulotte, les loueurs sont les partenaires essentiels au développement des marchés. Véritables partenaires, ils concourent à la renommée de la marque et à la large diffusion de produits adaptés aux besoins spécifiques.

- **Industries :** grâce aux 8 gammes de produits, Haulotte Group répond aux exigences de clients provenant de métiers très divers tels que les industries logistiques, manufacturières, aéroportuaires, la maintenance, la grande distribution…

PIÈCES DE RECHANGE

ASSISTANCE TECHNIQUE

FORMATION

SOLUTIONS SERVICES

Haulotte SERVICES

Le Portefeuille produits

Elévation de personnes

Portefeuille produits de plus de 60 modèles, répartis en 8 familles.

Ciseaux : tout terrain ou électriques de 6 à 18 m

Nacelles télescopiques : de 14 à 43 m

Mâts verticaux de 6 à 10 m

Nacelles sur camion

Articulées : tout terrain ou électriques de 12 à 41 m

Nacelles automotrices légères de 13 à 16 m

Push Around de 7 à 14 m

Nacelles tractées de 10 à 19 m

Echafaudages/Staging/Etayage

Des gammes complémentaires élargissant l'offre produit d'Haulotte Group

Echafaudages fixes et mobiles

Equipements d'événementiels : scènes, gradins

Modules d'étayage

Remorques de transport

Elévation de charges

Des matériels répondant aux besoins spécifiques des métiers de la construction

Chariots télescopiques

Engins de chantier multifonctions

STRATÉGIE & PERSPECTIVES

Un objectif : la satisfaction et la fidélisation de nos clients

Renforcer la relation et la connaissance des clients : grâce à des initiatives spécifiques, dont des opérations portes ouvertes, des démonstrations produits pour plus de proximité afin d'apporter des réponses en adéquation avec les attentes et les exigences.

Proposer les services associés répondant aux besoins, avec des offres adaptées et diversifiées.

Une volonté : créer une dynamique d'entreprise orientée marchés et clients

Notre démarche s'appuie sur le knowledge management, en

- anticipant les évolutions de compétence et en offrant des perspectives d'évolution, dans une logique qualitative et quantitative, afin d'accompagner les parcours professionnels pour une meilleure adéquation avec les enjeux du Groupe.
  Pour formaliser cet engagement, Haulotte Group instaure progressivement :
  - Le « passeport formation » pour l'accompagnement individuel des compétences.
  - L'entretien annuel d'évaluation pour la gestion prévisionnelle des compétences dont la mise en œuvre est étendu à l'ensemble des sites étrangers du Groupe.
  - La mise en place de formations « Corporate » pour la transmission des best-practices.
- affirmant notre attachement au principe de non discrimination du fait de l'âge en matière de recrutement, d'accès à une formation professionnelle, de mobilité, de classification, de promotion professionnelle et de rémunération des seniors.
- s'engageant sur l'égalité salariale entre Homme et Femme. A partir des critères objectifs tels que l'ancienneté, l'expertise, les diplômes, l'expérience, le Groupe assure pour un même travail, ou un travail de valeur égale, l'égalité de rémunération entre les hommes et les femmes.

Cette politique sociale est partagée par l'ensemble de nos partenaires sociaux. Les mesures mises en place sont validées par des accords signés par l'ensemble des organisations syndicales (FO, CGT, CFDT,CFTC) présentes dans l'Entreprise.

Une mission : renforcer la compétitivité du Groupe

Deux axes prioritaires pour le business plan 2010-2012 :

La proximité client, avec le renforcement des équipes commerciales, la consolidation des structures et des compétences des équipes Marketing et Services.

L'innovation produit : l'accroissement des budgets R&D, et l'augmentation du rythme de lancement des nouveaux produits.

HAULOTTE GROUP ET SES ACTIONNAIRES

Calendrier des publications

22/04/2010 > CA 1er trimestre 2010
02/06/2010 > Assemblée Générale
01/09/2010 > CA et Résultats 1er semestre 2010
20/10/2010 > CA 3ème trimestre
31/12/2010 > Clôture de l'exercice
16/02/2011 > Chiffre d'Affaires annuel 2010

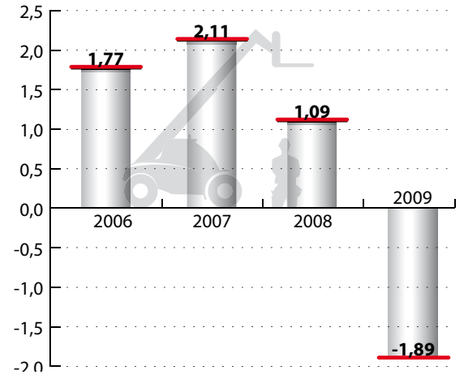
Carte d'identité boursière

Euronext Paris compartiment B de NYSE Euronext
Indice SBF 250
ISIN FR 0000066755
Mnémo PIG
Reuters PYHE.PA
Bloomberg PIG FP

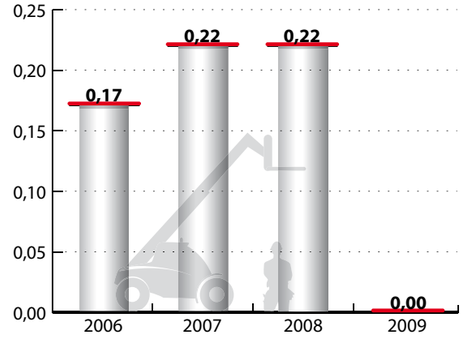
Les bureaux d'analyse ayant publié sur la valeur en 2009

Berenberg bank
CA Cheuvreux
CM CIC Securities
Exane BNP Paribas
Financière d'Uzès
Gilbert Dupont
Idmidcaps
Kepler Capital Markets
Natixis Securities
Oddo Securities
Phison Capital
Portzamparc
Société Générale

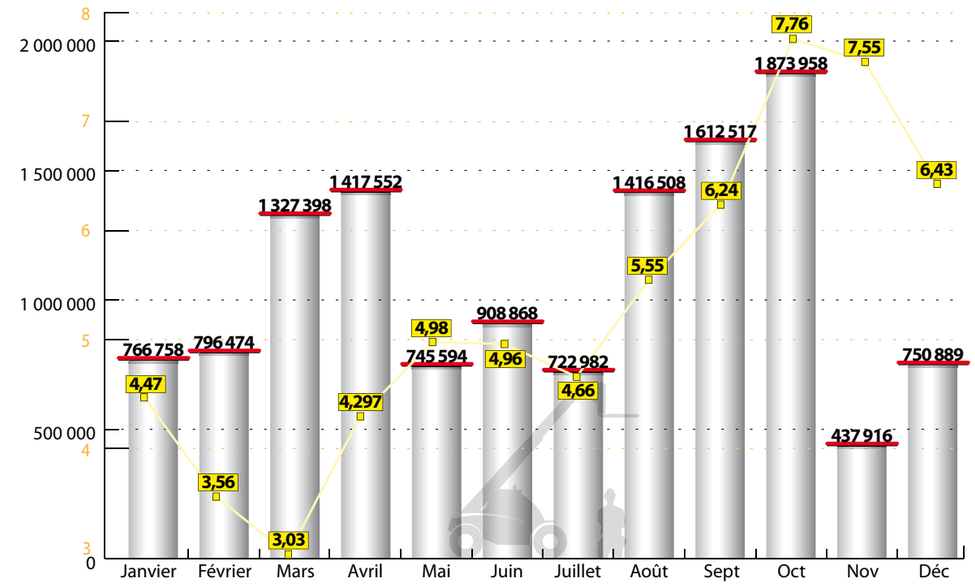
Résultat net par action



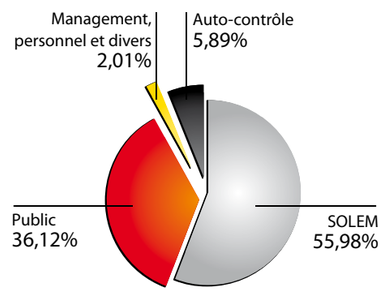
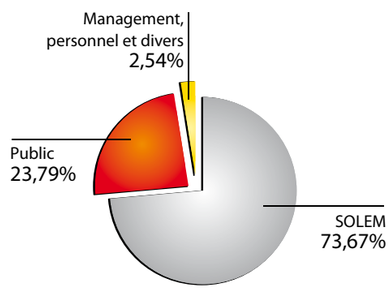
Evolution du dividende net par action



Evolution du cours de bourse et des transactions en 2009



Répartition du capital au 31 Décembre 2009



Répartition des droits de vote au 31 Décembre 2009