Rapport d'activité 2010

ANNUAL REPORT

Haulotte GROUP

SOMMAIRE

1

LA GOUVERNANCE
PAGE 6/7

2

LE MESSAGE
DU PRÉSIDENT
ET DIRECTEUR GÉNÉRAL
PAGES 8 à 13

3

LES CHIFFRES CLÉS
PAGES 14 à 17

4

LE MODÈLE
ÉCONOMIQUE
PAGES 18 à 21

5

LE PORTEFEUILLE
PRODUITS
PAGES 22/23

6

STRATÉGIE &
PERPECTIVES
PAGES 24/25

7

HAULOTTE
GROUP & SES
ACTIONNAIRES
PAGE 26/27

HAULOTTE MEANS MORE THAN LIFTING

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Une histoire née des savoir-faire de Pinguely et Haulotte, respectivement créés en 1881 et 1924, Haulotte Group c'est aujourd'hui :

- **1600** collaborateurs au service des clients
- Plus de **60** modèles de matériels d'élévation de personnes et de charges pour répondre aux spécificités métier
- **20** filiales et bureaux dans le monde pour plus de proximité
- **7** sites industriels pour répondre aux spécificités marché

CHIFFRE D'AFFAIRES : **250 M€**

- RÉPARTITION DU CA PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

	2010	2009
EUROPE	69.2%	69.3%
AMÉRIQUE DU NORD	15.7%	16.7%
AMÉRIQUE LATINE	5.7%	5.7%
ASIE-PACIFIQUE	9.4%	8.3%

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**

Commissaires aux comptes :

PricewaterhouseCoopers
Représenté par Elisabeth L'hermite
20 Rue de Garibaldi
69451 Lyon cedex 06

Cabinet Hoche Audit
Représenté par Dominique Jutier
35 Avenue Victor Hugo
75116 Paris

Gouvernement d'entreprise :

Thibault Mouillefarine
Directeur Marketing et Service Clients

Alexandre Saubot
Directeur Général Délégué

José Monfront
Directeur Général Adjoint

Philippe Noblet
Secrétaire Général

Florence Flichy
Directeur Financier

Patrice Métairie
Directeur Industriel

LE MESSAGE DU PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL

Pierre Saubot
Président Directeur Général

Nous venons de vivre pendant plus de deux années, une crise économique d'une gravité exceptionnelle.

Nous avons sauvegardé le présent par un plan d'économie très strict auquel ont activement participé tous les services de notre entreprise ; nous avons anticipé la reprise en préservant nos implantations commerciales et industrielles ; nous avons préparé le futur en revoyant l'ensemble de nos process pour assurer le déploiement au quotidien de notre engagement stratégique de proximité client.

Nous faisons ainsi évoluer notre entreprise en profondeur pour améliorer sa compétitivité et la préparer à affronter les défis de demain.

Les efforts accomplis par l'ensemble des équipes, auprès ou au service de nos clients, commencent à porter leurs fruits et nous distinguons enfin les premiers signes d'une amélioration même si le chemin qui nous reste à parcourir pour sortir de cette crise reste long et difficile. Nous abordons une année de transition sur le chemin de la croissance et de la profitabilité.

Alexandre Saubot
Directeur Général Délégué

L'INTERVIEW DU DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ

L'année 2010 signe-t-elle la fin de la crise ?

L'année 2010 se termine sur une note plus positive, avec un marché en hausse de plus de 30% en volume par rapport au très bas niveau atteint en 2009. Cette reprise qui peut être qualifiée de technique n'est pas également repartie dans le monde. Elle a été principalement tirée l'an dernier par les États-Unis, le Brésil et l'Australie, l'Europe ne contribuant que très marginalement au rebond du marché. Pour que cette croissance s'inscrive dans la durée, il est indispensable qu'elle touche l'ensemble des grands pays développés du monde.

Peut-on parler de reprise ?

Des signes encourageants sont venus conclure le dernier trimestre, les clients ont commencé à réinvestir. Nous avons tout d'abord assisté à un petit rebond sur le premier semestre 2010, et le second a été marqué par une remontée plus sensible de l'activité commerciale, avec des ventes en progression de 34% au quatrième trimestre. La croissance de notre chiffre d'affaires de 24% sur l'ensemble de l'année, tirée par la hausse des ventes d'engins de 34%, a permis une baisse significative des stocks de produits finis. Toutefois l'activité service est restée impactée par les faibles taux d'utilisations des nacelles observés en début d'année chez nos clients loueurs.

Quelles ont été les conséquences de cette crise en terme de stratégie ?

Les effectifs, qui avaient été ajustés en 2009, sont restés quasiment stables en 2010, grâce au recours au chômage partiel ou à des mesures qui ne se traduisent pas par des destructions durables d'emplois, en attendant une vraie reprise et en préservant l'outil de production pour être capable d'accompagner l'inéluctable rebond du marché. La stratégie du Groupe en 2010 a été de préserver l'ensemble de son réseau commercial dans le monde afin de continuer à accompagner tous nos clients malgré la crise, ce qui a demandé de gros efforts vu la violence de la crise qui nous a frappé. Nous avons maintenu nos budgets de R&D et continué à concevoir des produits nouveaux. Nous préparons l'avenir et nous nous tenons prêts à rebondir dès que la conjoncture sera à nouveau porteuse.

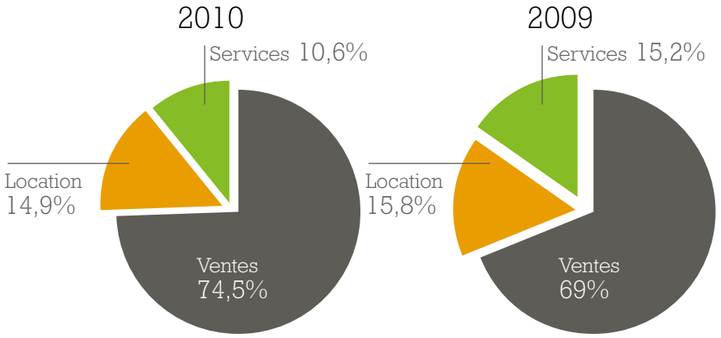
L'année 2011 marquera-t-elle le début d'un véritable cycle de croissance ?

Pour 2011, notre principal objectif est de rétablir les grands équilibres du Groupe en continuant à croître. En 2010, nous avons réduit nos pertes de 24% mais cela nous laisse encore trop loin de l'équilibre.

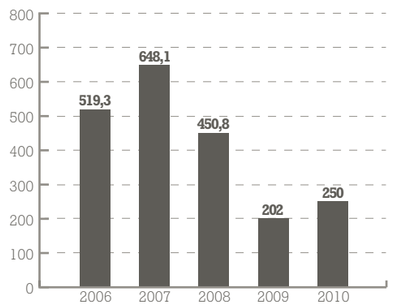
L'année 2011 démarre sur de bonnes bases, en raison d'un carnet de commandes en forte hausse. Le retour de la croissance du marché sur l'ensemble des régions du monde, en particulier en Europe, nous permet d'envisager une croissance de notre activité comparable à celle de 2010, ce qui nous permettra de retrouver l'équilibre d'exploitation et de faire revenir notre BFR à son niveau normatif. Nous allons augmenter significativement nos rythmes de production, réduire le coût de la sous activité dans nos usines et poursuivre la mondialisation de notre organisation.

De grands pays, comme l'Inde, la Chine ou la Russie restent à convertir à la « nacelle ». L'Europe et les Etats-Unis devraient progressivement retrouver un niveau de marché plus satisfaisant. Les opportunités de croissance restent nombreuses et nous avons les hommes, les produits et l'organisation pour en bénéficier pleinement dans les années à venir.

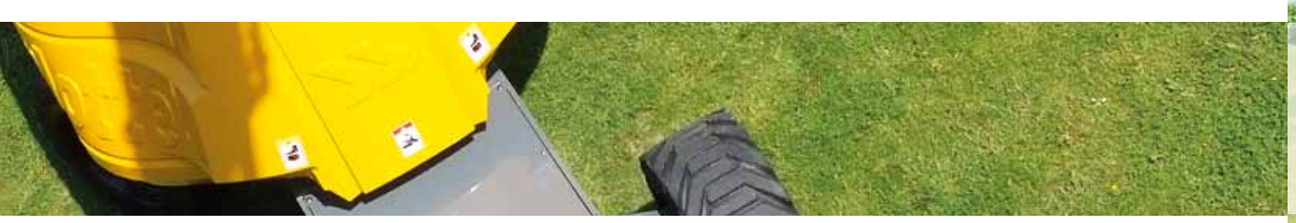
LES CHIFFRES CLÉS

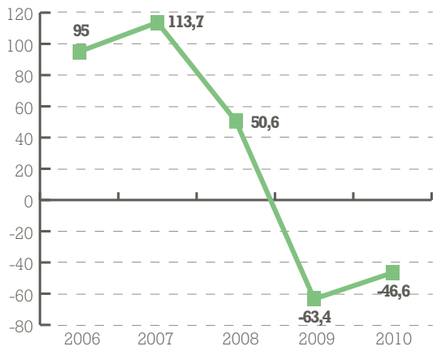


Répartition du CA par activité

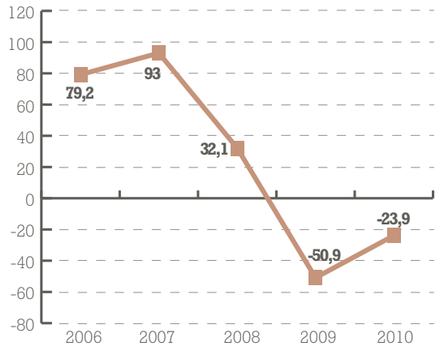


Évolution du chiffre d'affaires
en M€

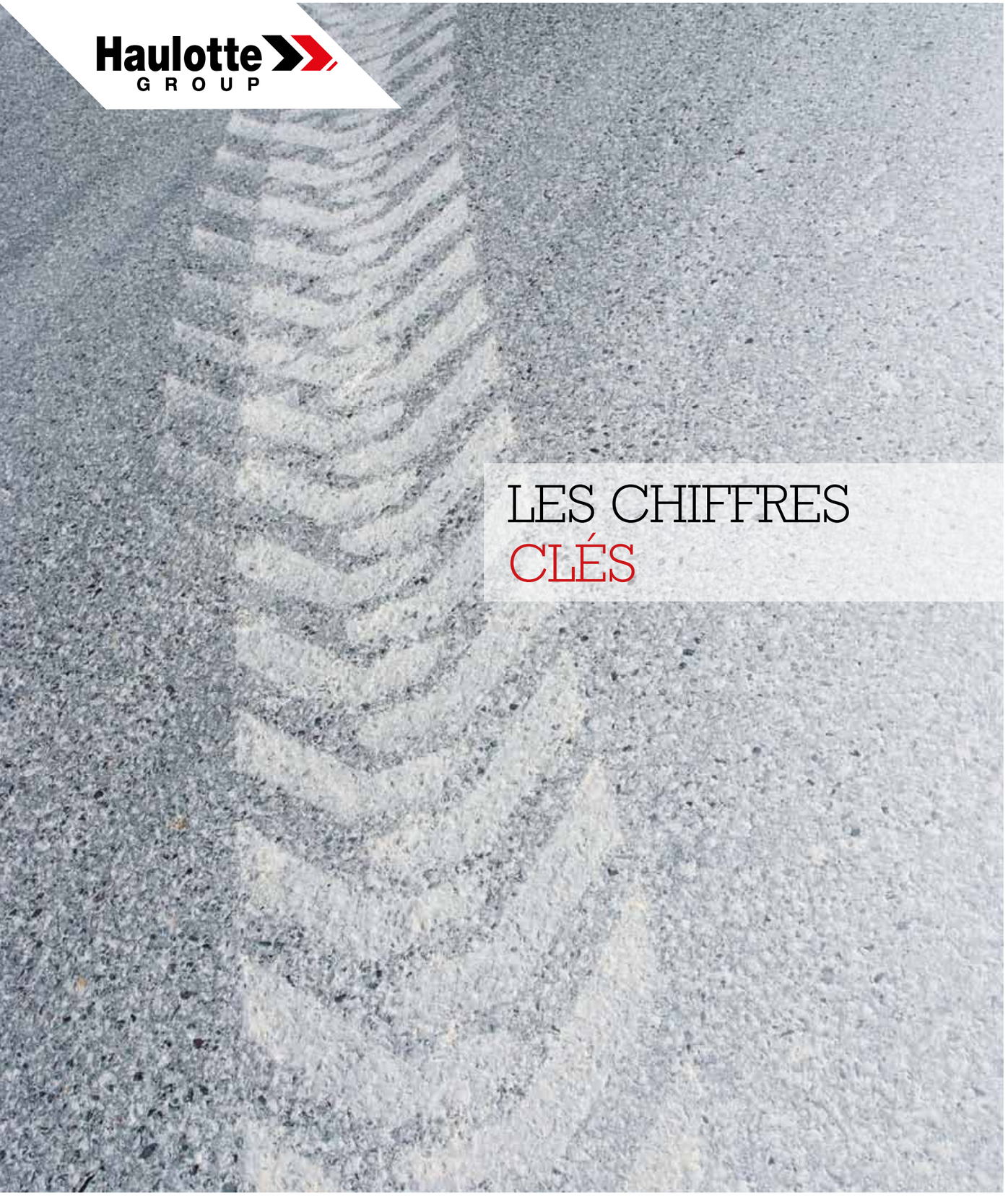




Évolution du Résultat Opérationnel avant écarts d'acquisition



Évolution de la MBA



LES CHIFFRES CLÉS

Comptes de résultats résumé 2010

En M€	2010	2009	Var.
Chiffre d'affaires	250,0	202,0	+23,8%
Résultat opérationnel	-46,6	-63,4	+26,4%
Résultat avant impôts	-52,6	-68,8	+23,5%
Résultat net de l'ensemble consolidé	-42,2	-55,7	+24,2%

Bilan actif 2010

En M€	2010	2009
Actifs non courants	**181,0**	**178,8**
dont > Écarts d'acquisition	20,4	19,2
> Immobilisations corporelles	102,8	96,1
> Clients sur opérations de financement (> 1 an)	20,8	38,4
> Autres actifs non courants	26,1	13,9
Actifs courants	**256,9**	**367,6**
dont > Stocks	129,2	207,0
> Clients	68,2	66,7
> Clients sur opérations de financement (< 1 an)	7,8	15,1
> Autres actifs courants	15,3	9,6
> Trésorerie et équivalents en trésorerie	34,4	65,8
Total des actifs	**437,9**	**546,4**

Bilan passif 2010

Passifs et capitaux propres en M€	2010	2009
Capitaux propres (part du groupe)	**185,6**	**225,0**
Passifs non courants	**137,6**	**31,9**
dont > Emprunts long terme	130,4	26,6
Passifs courants	**114,5**	**289,1**
dont > Fournisseurs	26,0	24,3
> Autres créditeurs	20,7	12,7
> Emprunts courts terme*	52,5	240,6
Total des passifs et capitaux propres	**437,9**	**546,4**

* Reclassement en long terme d'une part des emprunts suite à signature de l'avenant au crédit syndiqué.

LE MODÈLE ÉCONOMIQUE

L'ORGANISATION DU GROUPE CONCEPTEUR-ASSEMBLEUR, VENTE ET SERVICES, LOCATION

• Un outil industriel performant et flexible permettant de s'adapter aux fluctuations de la demande et aux spécificités marché.

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

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

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

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

Site de Arges
(Roumanie)
Fabrication : Ciseaux électriques et diesels, nacelles élévatrices de personnes articulées inférieures à 20 m.

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

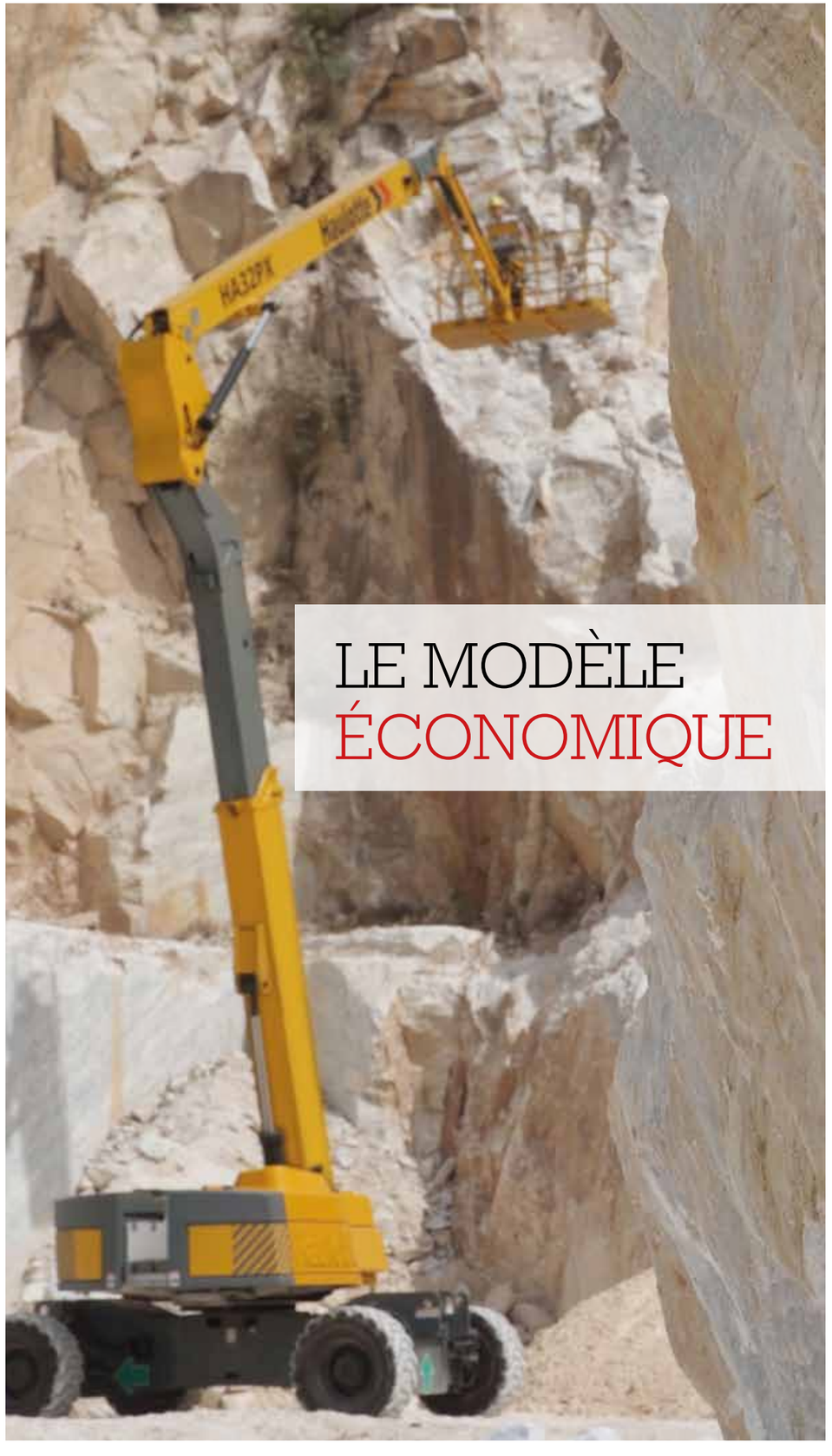
Site de Changzhou
(Chine)
Fabrication : Ciseaux électriques.

LE RÉSEAU COMMERCIAL

HAULOTTE FRANCE - FRANCE
HAULOTTE UK - GRANDE-BRETAGNE
HAULOTTE - IBERICA - ESPAGNE
HAULOTTE - ITALIA - ITALIE
HAULOTTE - NETHERLANDS BV - PAYS-BAS
HAULOTTE SCANDINAVIA - SUÈDE
HAULOTTE HUBARBEITSBÜHNEN GMBH - ALLEMAGNE
HAULOTTE POLSKA - POLOGNE
HAULOTTE VOSTOK - RUSSIE
HAULOTTE MIDDLE EAST - DUBAÏ

HAULOTTE NORTH AMERICA - USA
HAULOTTE MEXICO - MEXIQUE
HAULOTTE DO BRAZIL - BRÉSIL
HAULOTTE ARGENTINA - ARGENTINE

HAULOTTE SANGHAI - CHINE
HAULOTTE SINGAPORE - SINGAPOUR
HAULOTTE AUSTRALIA - AUSTRALIE



VENTE ET SERVICES ASSOCIÉS

Un réseau de distribution qui s'appuie sur 20 filiales et bureaux répartis sur les marchés stratégiques, appuyé par un réseau de distributeurs contribuant à couvrir plus de 100 pays.

LOCATION

Une activité complémentaire dans notre stratégie, pour asseoir notre marque sur certains marchés géographiques, et mieux mesurer le besoin des utilisateurs finaux.

LE PORTEFEUILLE PRODUITS

LES MARCHÉS

- **Les loueurs de matériels :** professionnels de l'utilisation de nos produits, ils sont les partenaires privilégiés de notre développement. Véritables relais d'information et d'écoute des utilisateurs finaux, ils concourent à l'amélioration continue pour répondre aux besoins spécifiques.

- **Les clients « Industries » :** 7 gammes de produits pour répondre aux besoins des clients provenant de métiers très diversifiés comme les industries logistiques, manufacturières, aéroportuaires, la maintenance ou la grande distribution...

Élévation de personnes

7 familles de produits, plus de 60 modèles.

Articulées : tout terrain ou électriques de 12 à 41 m

Ciseaux : tout terrain ou électriques de 6 à 18 m

Nacelles télescopiques : de 14 à 43 m et **Nacelles automotrices légères :** de 13 à 16 m

Mâts verticaux : de 6 à 10 m

Push Around : de 7 à 14 m

Nacelles tractées : de 10 à 19 m

Élévation de charges et terrassement

Des matériels répondant aux besoins spécifiques des métiers de la construction.

Chariots télescopiques

Engins de chantier multifonctions

Échafaudage/Staging/Étayage

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

Échafaudages fixes et mobiles

Équipements d'événementiels : scènes, gradins

STRATÉGIES ET PERSPECTIVES

UN OBJECTIF : LA PROXIMITÉ CLIENTS

- Être un partenaire local qui se différencie par son sens de l'écoute et du service clients.
- Proposer les services associés répondant aux besoins, avec des offres adaptées et diversifiées.

UNE MISSION :

- La proximité client : renforcer la qualité de notre relation clients pour apporter les meilleures solutions produits et services à nos partenaires.
  - Une assistance différenciée des équipes Haulotte répondant aux problématiques et spécificités terrain.
  - Une relation sur le long terme dans laquelle Haulotte est à l'écoute individuelle de ses clients locaux pour proposer des solutions sur-mesure.
- L'innovation produit : proposer des gammes complètes avec des produits innovants.

UNE VOLONTÉ : CRÉER UNE DYNAMIQUE D'ENTREPRISE ORIENTÉE CLIENTS

Pendant plus de deux années de crise, le groupe s'est préparé sans relâche à la reprise de l'activité. Cela s'est notamment traduit sur le plan social par :

- Le renforcement de notre capital humain sur des métiers au cœur de notre stratégie, le marketing et la R&D notamment.
- La mise en œuvre de plans de formation professionnelle dans nos domaines techniques.
- Le regroupement de l'ensemble de notre pôle de Recherche & Développement afin d'optimiser les compétences disponibles.
- Le renforcement de nos process de gestion administratives pour un meilleur suivi.
- Le renforcement de la promotion et de la mobilité interne à tous les niveaux et dans toutes les organisations.

Parallèlement le groupe a poursuivi sa politique globale de gestion dynamique des Ressources Humaines en poursuivant les actions déjà conduites les années précédentes et en s'engageant encore davantage et de manière générale sur la prévention des risques professionnels.

HAULOTTE GROUP ET SES ACTIONNAIRES

CARTE D'IDENTITÉ BOURSIÈRE

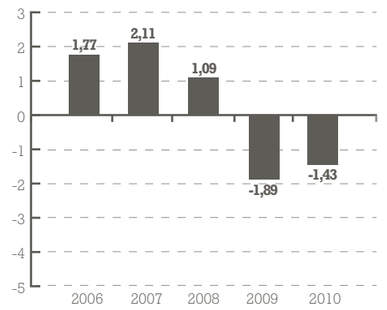
Euronext Paris Compartiment B
Indice CACS
ISIN FR 0000066755
Mnémo PIG
Reuters PYHE.PA
Bloomberg PIG FP

CALENDRIER DES PUBLICATIONS

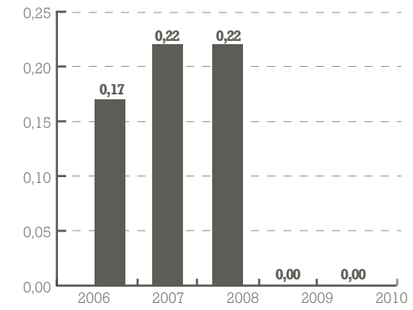
14/04/2011	CA 1er trimestre 2011
26/05/2011	Assemblée Générale
31/08/2011	CA et résultats 1er Semestre 2011
19/10/2011	CA 3ème trimestre 2011
31/12/2011	Clôture de l'exercice
15/02/2012	CA Annuel 2011

LES BUREAUX D'ANALYSE AYANT PUBLIÉ SUR LA VALEUR EN 2010

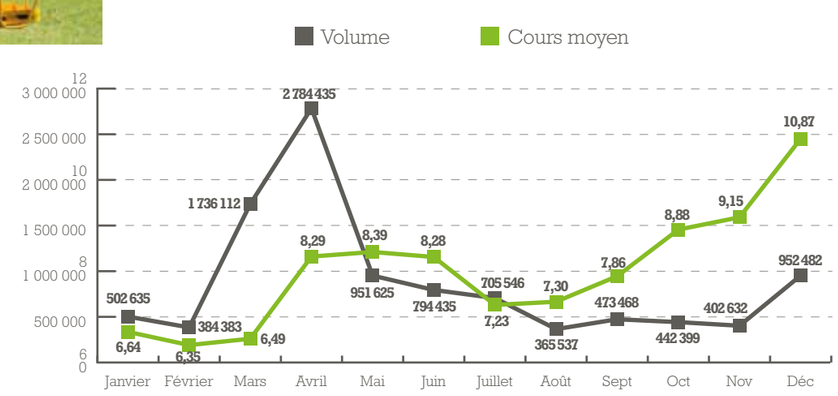
Berenberg bank
CA Cheuvreux
CM CIC Securities
Exane BNP Paribas
Financière de l'Echiquier
Financière d'Uzès
Gilbert Dupont
Idmidcaps
Kepler Capital Markets
Natixis Securities
Oddo Securities
Pastel & Associés
Phison Capital
Portzamparc
Société Générale



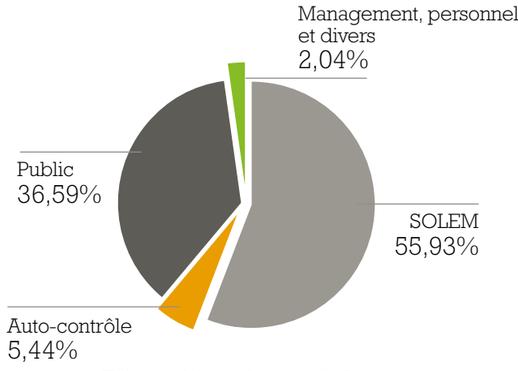
Résultat net par action



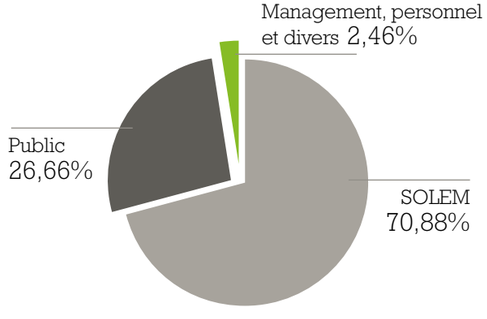
Évolution du dividende net par action



Évolution du cours de bourse et des transactions



Répartition du capital au 31 Décembre 2010



Répartition des droits de vote au 31 Décembre 2010