



Résultats semestriels 2010/2011  
**Paris, le 1<sup>er</sup> décembre 2010**

# Sommaire

- **Le Groupe en bref**
- Résultats semestriels 2010/2011
- Axes de développement
  - Bonne orientation du marché immobilier
  - Focus sur deux projets phares d'une offre profonde
  - Lancement de la Villa-Duplex
  - Des outils marketing performants
  - Tendances et opportunités
- Nos objectifs à moyen terme



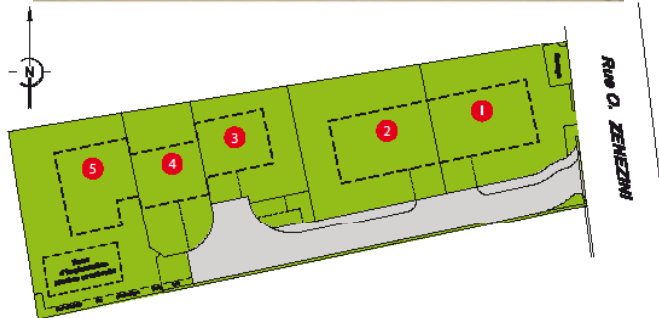
## Carte d'identité

- **Groupe CAPELLI : 2ème lotisseur national**
  - Une légitimité naturelle, **plus de 30 années d'expérience**
  - 5 agences en France
  - Chiffre d'affaires 2009/2010 (1<sup>er</sup> avril – 30 mars) : 43,4 M€
  
- **Une clientèle composée essentiellement de primo accédants**
  - Moins sensible aux tendances du marché car **besoin de se loger**
  - **Segment prioritaire** d'aide à l'investissement : Prêt à Taux Zéro sans condition de ressource, 1% logement, ...
  
- **Un positionnement sur 2 activités complémentaires**
  - Aménagement / Lotissement
  - Promotion



# Un métier unique : Aménageur d'espace de vie

## Aménagement / Lotissement



## Promotion



L'expertise de CAPELLI en recherche foncière s'illustre à la fois dans les activités « Aménagement-Lotissement » et « Promotion »

# Sommaire

---

- Le Groupe en bref
- **Résultats semestriels 2010/2011**
- Axes de développement
  - Bonne orientation du marché immobilier
  - Focus sur deux projets phare d'une offre profonde
  - Lancement de la Villa-Duplex
  - Des outils marketing performants
  - Tendances et opportunités
- Nos objectifs à moyen terme



## Forte progression des performances

### ■ **Points clés du 1<sup>er</sup> semestre 2010/2011**

**Croissance du chiffre d'affaires : + 20,7%**

❖ dont + 90,6% pour l'activité Lotissement

**Évolution favorable de la marge commerciale : + 6,9 pts**

**Profitabilité confirmée**

❖ Résultat opérationnel : 476 K€

❖ Résultat net consolidé : 241 K€

**Renforcement de la structure financière : gearing à 0,32**



## Analyse de l'activité

### ■ Forte croissance de l'activité

En M€	2010/2011	2009/2010	
1 <sup>er</sup> trimestre	9,3	6,5	
2 <sup>ème</sup> trimestre	8,5	8,3	
<b>Total S1</b>	<b>17,8</b>	<b>14,8</b>	<b>+ 20,7%</b>

❖ **Dynamique commerciale : + de 500 demandes hebdomadaires d'information via le net**

❖ **Marchés de la primo-accession et de l'investissement locatif bien orientés**

❖ **Montée en puissance des nouveaux programmes de promotion immobilière**



## Forte croissance de l'activité historique

Répartition du chiffre d'affaires par activité (1<sup>er</sup> avril au 30 septembre)

En M€	30 septembre 2010	30 septembre 2009
Aménagement/ Lotissement	13,67	7,17
Promotion Immobilière	4,15	7,59
<b>Chiffre d'affaires S1</b>	<b>17,82</b>	<b>14,76</b>

❖ **Activité « lotissement » en hausse de 90,6% au S1.**

❖ **Au 01/11/2010, les « programmes de promotion immobilière » à court terme représente un C.A. à réaliser de 53 M€**



# Compte de résultats

(1<sup>er</sup> avril – 31 mars)

En M€	1 <sup>er</sup> semestre 2010/2011	1 <sup>er</sup> semestre 2009/2010	Croissance En M€
Chiffre d'affaires	17,82	14,77	+ 3,05 M€
Marge brute	23,0%	16,1%	+ 6,9 pts
Résultat opérationnel	0,48	- 1,12	+ 1,6 M€
Résultat financier	-0,07	- 0,18	ns
Résultat courant avt impôts	0,41	-1,31	+ 1,72 M€
Résultat net consolidé	0,24	-086	+ 1,10 M€
Résultat net (pdg)	0,10	-0,88	+ 0,98 M€

## Évolution très favorable des stocks

En K€	31.03.2008	31.03.2009	31.03.2010	30.09.2010
<b>Lotissement</b>	<b>52 614</b>	<b>40 773</b>	<b>36 696</b>	<b>28 950</b>
<b>Promotion immobilière</b>	<b>8 041</b>	<b>10 750</b>	<b>2 179</b>	<b>3 197</b>
<b>TOTAL</b>	<b>60 655</b>	<b>51 523</b>	<b>38 875</b>	<b>32 147</b>

**Effets positifs cumulés d'une politique d'achats prudente (mais en redémarrage) et de la poursuite d'une politique de déstockage des lots anciens**

## Évolution favorable de tous les postes du bilan

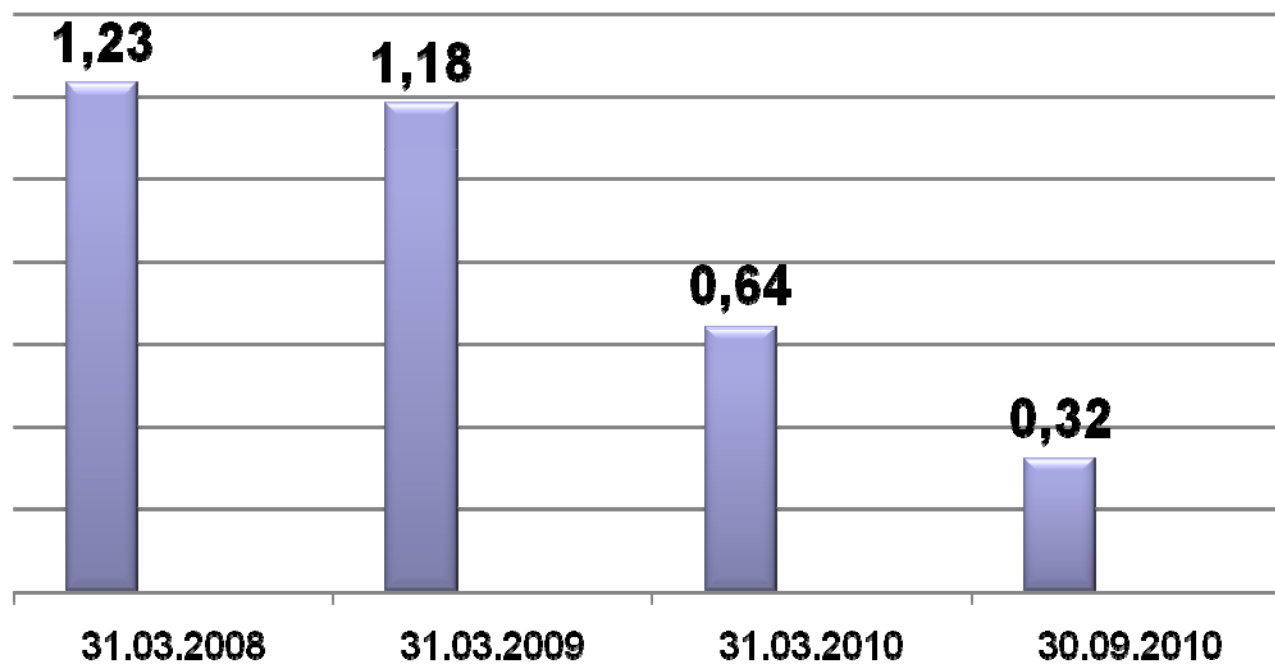
En K€	30.09.2010	31.03.2010
<b>Fonds propres</b>	<b>29 105</b>	28 871
<b>Trésorerie et équivalent de trésorerie</b>	<b>16 744</b>	16 763
<b>Dettes financières</b>	<b>26 182</b>	35 283
<b>Endettement net</b>	<b>9 438</b>	18 520
<b>Gearing <sup>(1)</sup></b>	<b>0,32</b>	0,64
<b>Stocks</b>	<b>32 147</b>	38 874
<b>Créances clients</b>	<b>18 311</b>	24 236
<b>Fournisseurs</b>	<b>17 786</b>	22 005
<b>Total Bilan</b>	<b>74 581</b>	89 577

(1) Endettement net / fonds propres

## Renforcement de la structure financière

### Forte amélioration du gearing

Evolution du ratio endettement net / fonds propres (gearing)



# Sommaire

- Le Groupe en bref
- Résultats semestriels 2010/2011
- **Axes de développement**
  - **Bonne orientation du marché immobilier**
  - Focus sur deux projets phare d'une offre profonde
  - Lancement de la Villa-Duplex
  - Des outils marketing performants
  - Tendances et opportunités
- Nos objectifs à moyen terme



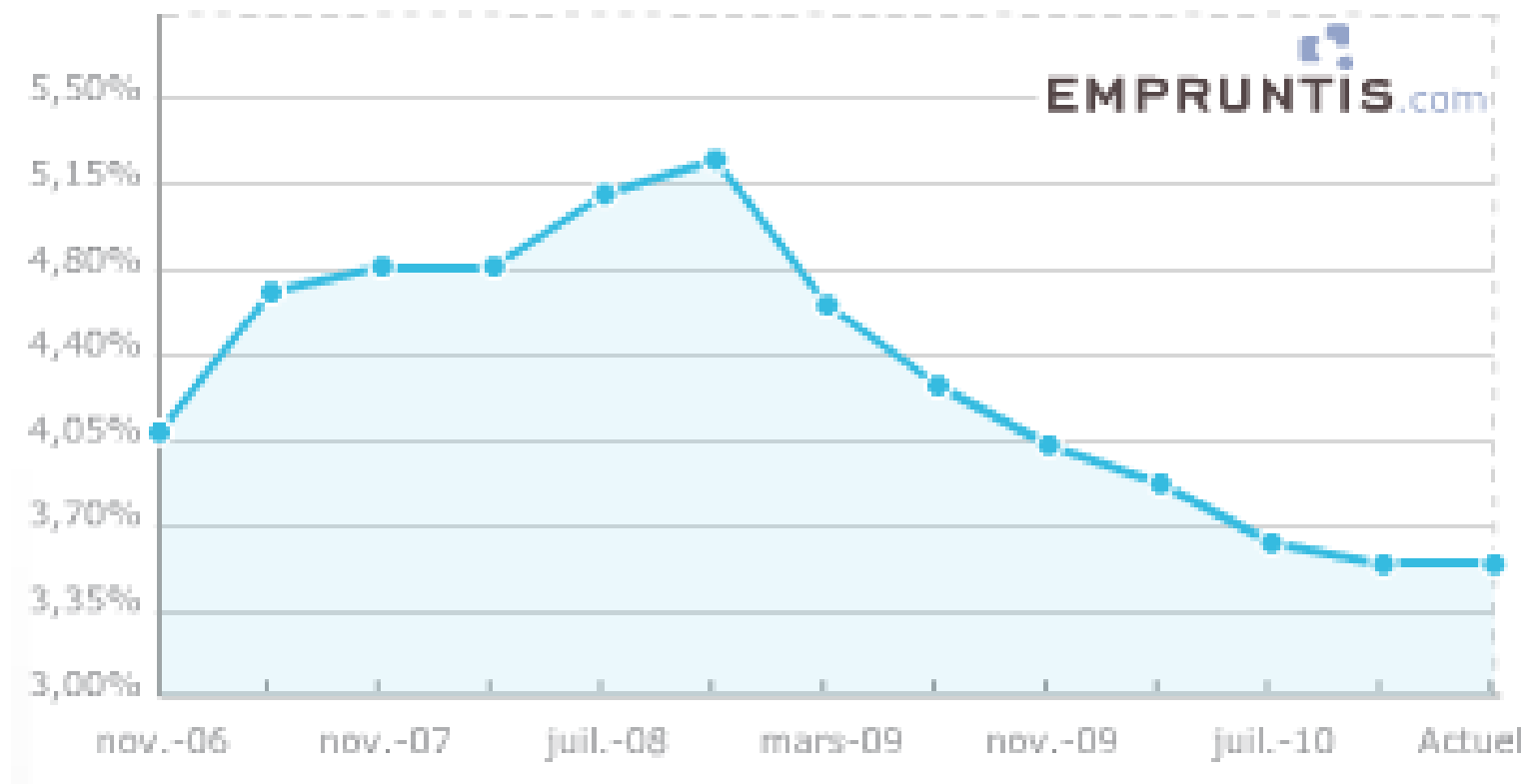
## Des conditions à l'accès favorables

- Incitations gouvernementales fortes envers les primo-accédants, cœur de cible du Groupe Capelli avec le maintien du Prêt à taux zéro (PTZ) sans condition de ressources et sa majoration pour les logements BBC (bâtiment basse consommation)
- Retour progressif des secundo-accédants sur des produits à forte marge (notamment pour le foncier)
- Investissement locatif porté par la volatilité des marchés boursiers actions (la pierre est l'une des « valeurs refuges »)
- Des taux d'intérêt qui restent historiquement bas

## Des conditions d'accession qui restent très favorables

- Taux d'intérêts historiquement bas

Taux fixe moyen de 3,55 % pour un prêt sur 20 ans



## Un besoin en logements qui ne cesse de s'accroître

### ■ Estimation des besoins en logement en France

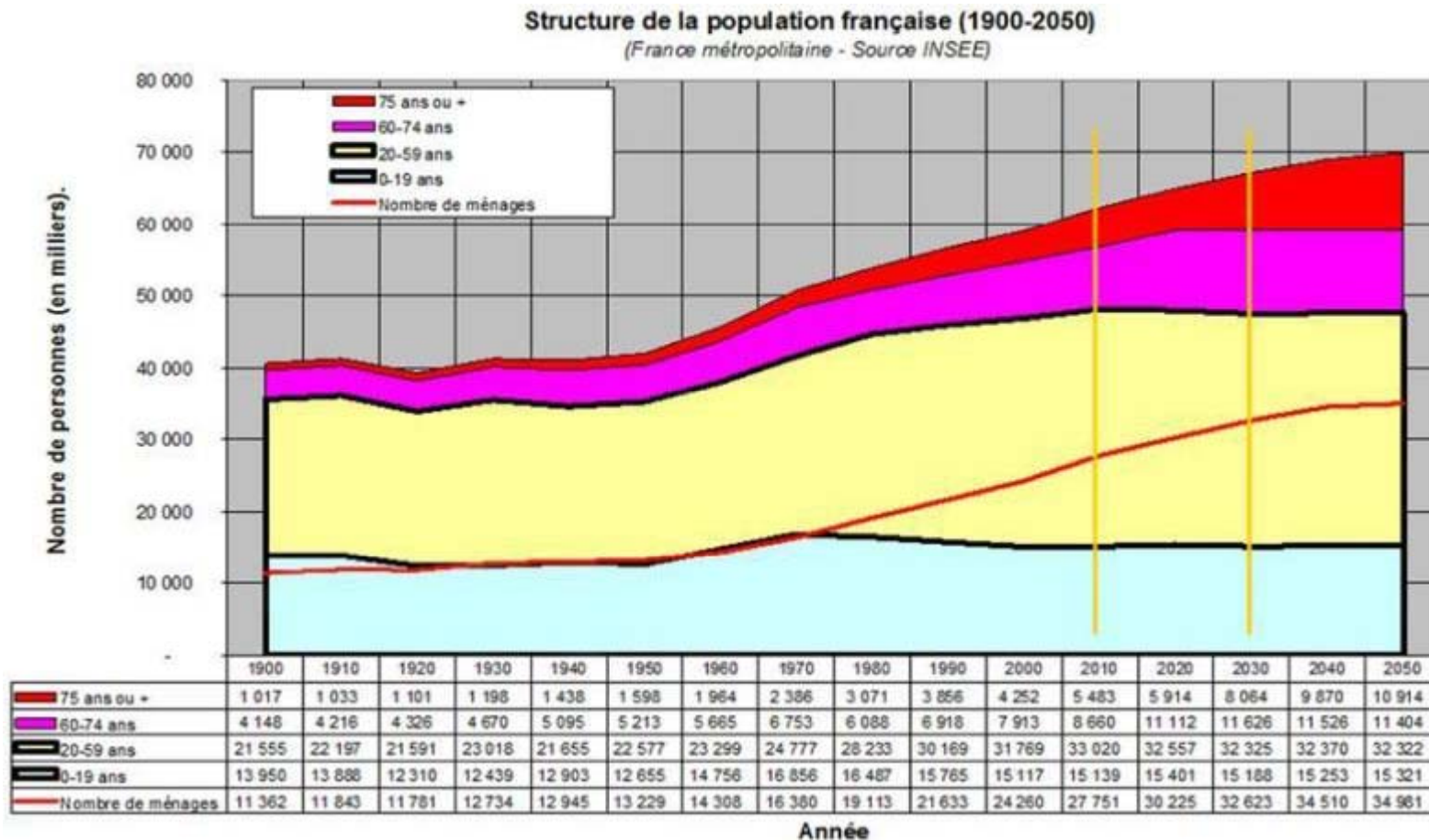
Besoins de logements par an	2010 à 2020
Résidences principales	314 000
dont - démographie/pyramide des âges	129 000
- migrations	75 000
- effets sociologiques	110 000
Résidences secondaires et occasionnelles	65 000
Logements vacants	45 000
Destructions	45 000
<b>Besoin global</b>	<b>469 000</b>

**Déficit cumulé de logements estimé à 1,5 million d'unités  
depuis le début des années 1990**

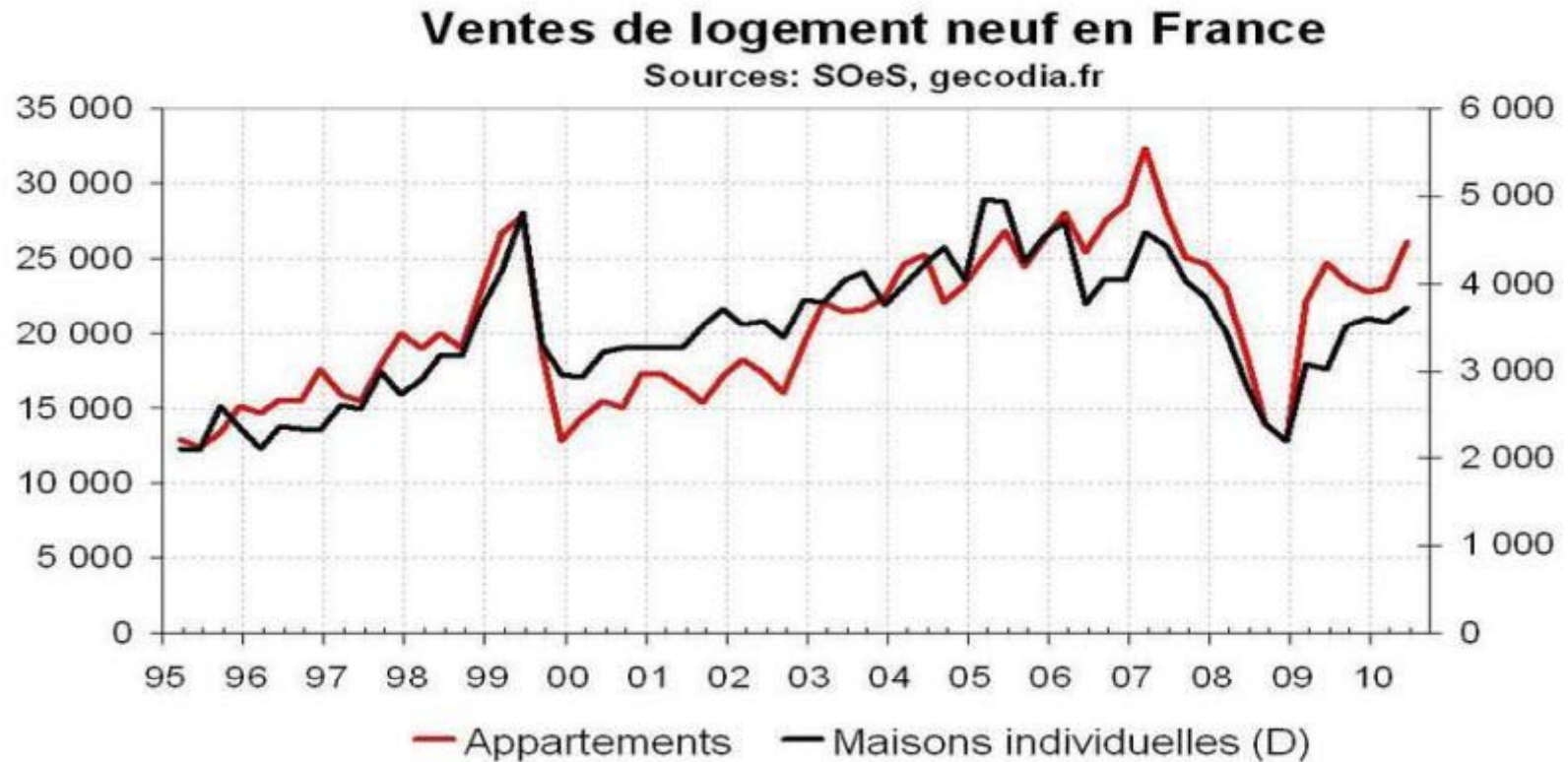


## Un besoin en logements qui se creuse d'année en année

- Un besoin de se loger : la démographie française est portée par un taux de natalité qui reste élevé et une espérance de vie croissante

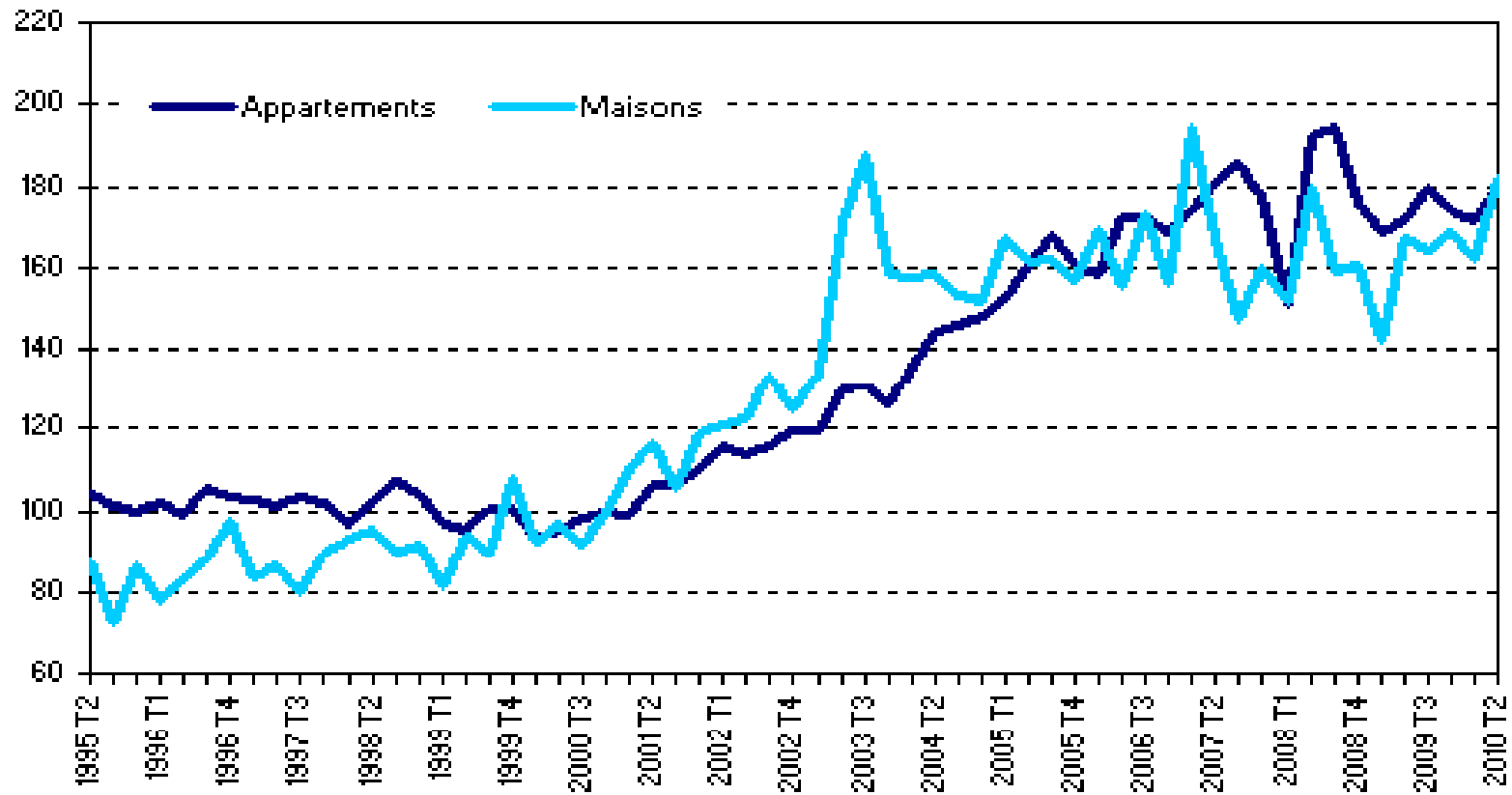


## Une tendance confirmée du marché à la hausse



## Une tendance confirmée du marché à la hausse

Indice d'évolution des prix dans l'immobilier neuf (base 100)



# Sommaire

- Le Groupe en bref
- Résultats semestriels 2010/2011
- **Axes de développement**
  - Bonne orientation du marché immobilier
  - **Focus sur deux projets phare d'une offre profonde**
  - Lancement de la Villa-Duplex
  - Des outils marketing performants
  - Tendances et opportunités
- Nos objectifs à moyen terme



Focus sur deux projets phare d'une offre profonde

## TOUSSIEU, L'Orée du Village





## TOUSSIEU, L'Orée du Village

Le programme est situé dans la rue principale de Toussieu, à 2 minutes à pied de la mairie, de l'école et des commerces, dans un environnement calme et rural tout en étant situé au cœur du village.

Supérette sur place, supermarché sur les communes de Mions et de St Pierre de Chandieu (5mn en voiture).

Centre commercial Portes des Alpes à St Priest.

Crèche à côté du programme, école maternelle et primaire à Toussieu.

Collège à 2km sur Heyrieux ou Mions. Lycée à 5km sur St Priest. Ramassage scolaire. Médiathèque et de nombreuses associations.

L'opération est commercialisée en 2 tranches distinctes : sur la partie haute, une première composée de lots à bâtir en libre choix constructeur. La partie basse concentre une belle opération de Promotion Immobilière avec 12 villas contemporaines.

Focus sur deux projets phare d'une offre profonde

# TOUSSIEU, L'Orée du Village

## Tranche 1 - Promotion



11 villas contemporaines,  
3 ou 4 chambres, de 96 à  
110m<sup>2</sup> habitables,  
incluant une grande pièce  
à vivre, une buanderie, un  
garage, sur son terrain viabilisé,

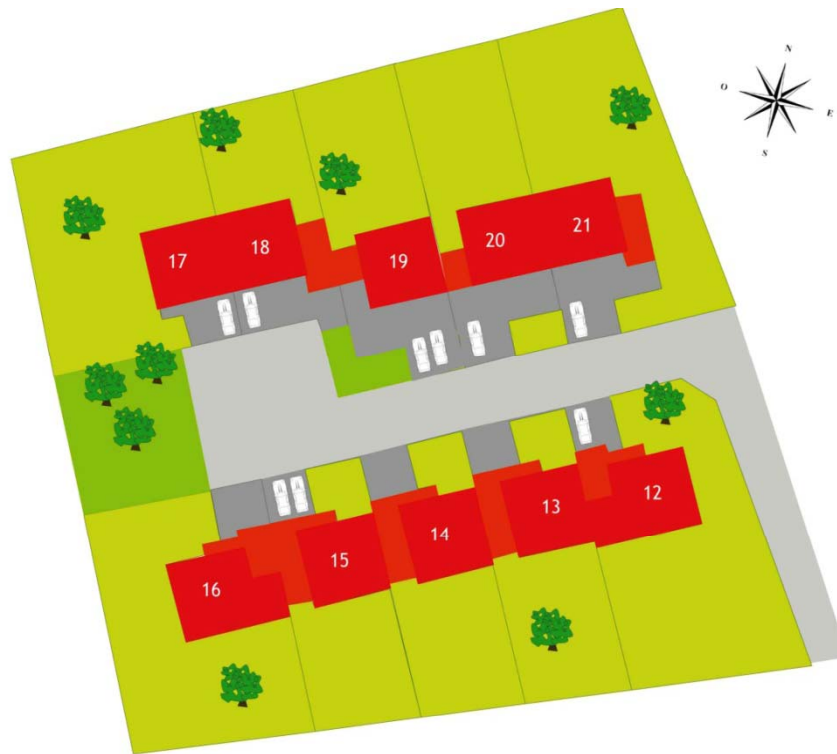
A partir de 239 000 €

Document sans échelle ; plan et surfaces non contractuels

Focus sur deux projets phare d'une offre profonde

# TOUSSIEU, L'Orée du Village

## Tranche 2 - Lotissement



10 belles parcelles viabilisées,  
en libre choix constructeur,  
Jusqu'à 530 m<sup>2</sup>,  
A partir de 79 000 €

PLAN SANS ECHELLE - DOCUMENT NON CONTRACTUEL - MAJ le 23 juillet 2010.  
Les surfaces des lots sont susceptibles d'évoluer et ne seront définies qu'après bornage.



3



## ST ANDEOL LE CHATEAU, Le Côteau du Parc



Le Spécialiste du Terrain à bâtir.

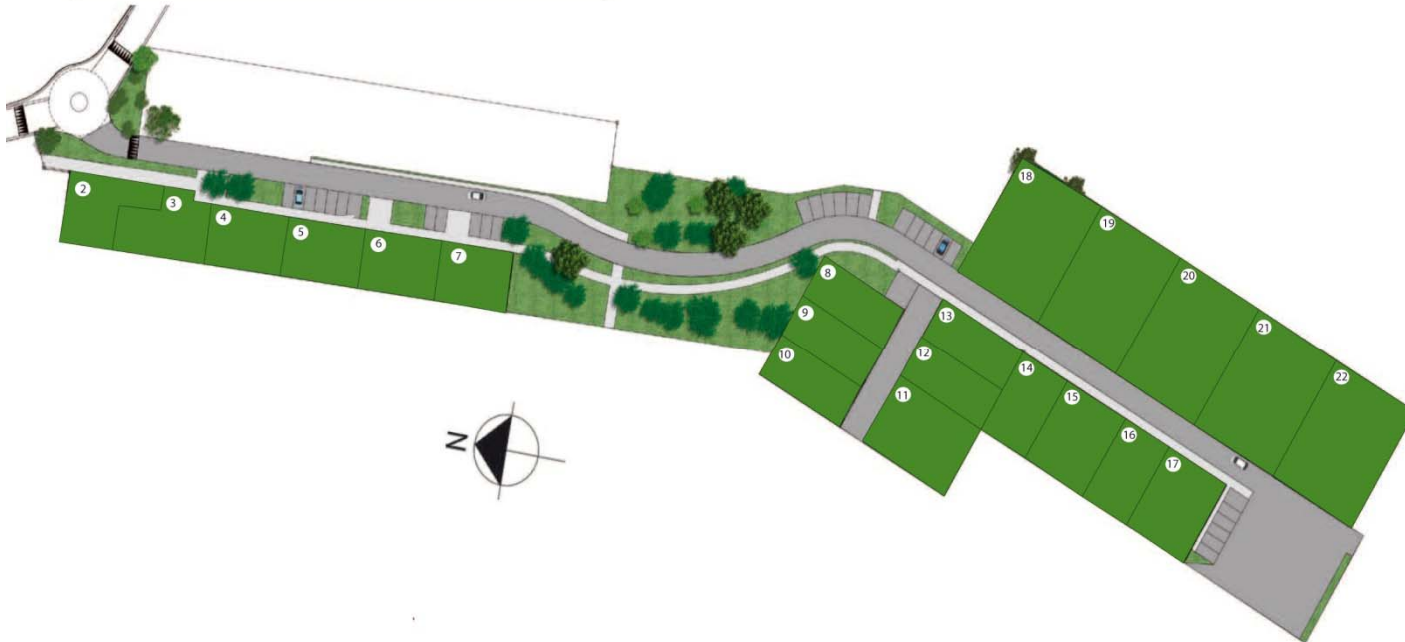
22 lots viabilisés  
A.L obtenu.

## ST ANDEOL LE CHATEAU, Le Côteau du Parc



*En plein coeur du parc du Château,  
Cohérence architecturale souhaitée par la commune.  
Maison contemporaine BBC à partir de 92 m<sup>2</sup>  
+ annexes + terrain à partir de 197 200 € (\*)*

*(\*) hors frais de notaire.*



# Sommaire

- Le Groupe en bref
- Résultats semestriels 2010/2011
- **Axes de développement**
  - Redressement du marché immobilier
  - Focus sur deux projets phare d'une offre profonde
  - **Lancement de la Villa-Duplex**
  - Des outils marketing performants
  - Tendances et opportunités
- Nos objectifs à moyen terme



## Un concept inédit imaginé par Capelli

Dans un contexte où les terrains à bâtir se raréfient en première couronne urbaine et dans une volonté d'apporter aux primo-accédants une solution qui allie :

- plaisir de vivre dans une maison individuelle avec terrain,
- budget adapté et maîtrisé,
- proximité avec le centre-ville et les zones d'activités,

le Groupe CAPELLI a imaginé et mis au point **un concept inédit :**  
**la « Villa-Duplex ».**

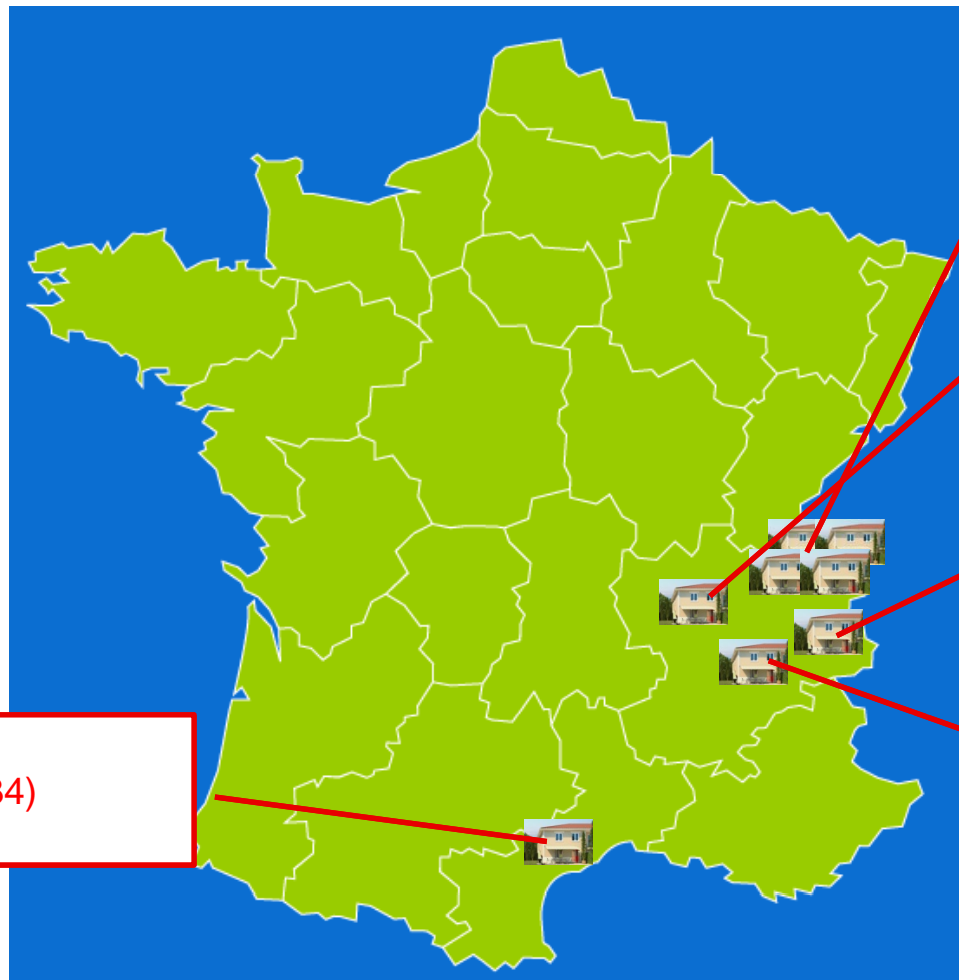
Produit alternatif entre la maison et l'appartement, la Villa-Duplex s'intègre parfaitement à une architecture pavillonnaire de périphérie de ville et offre tous les avantages d'une maison individuelle.

Lancement de la Villa Duplex®

Un concept inédit imaginé par Capelli

---

## Un concept inédit imaginé par Capelli



PAYS DE GEX  
Thoiry (01)  
Chevry (01)  
St Jean de Gonville (01)  
Valleiry (01)

Dagneux (01)

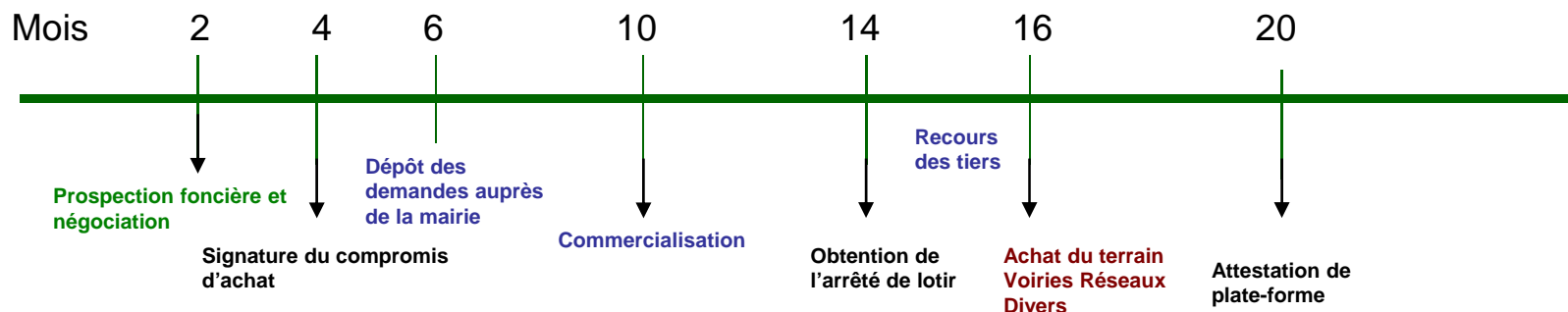
La Ravoire (74)

Fitialieu (38)

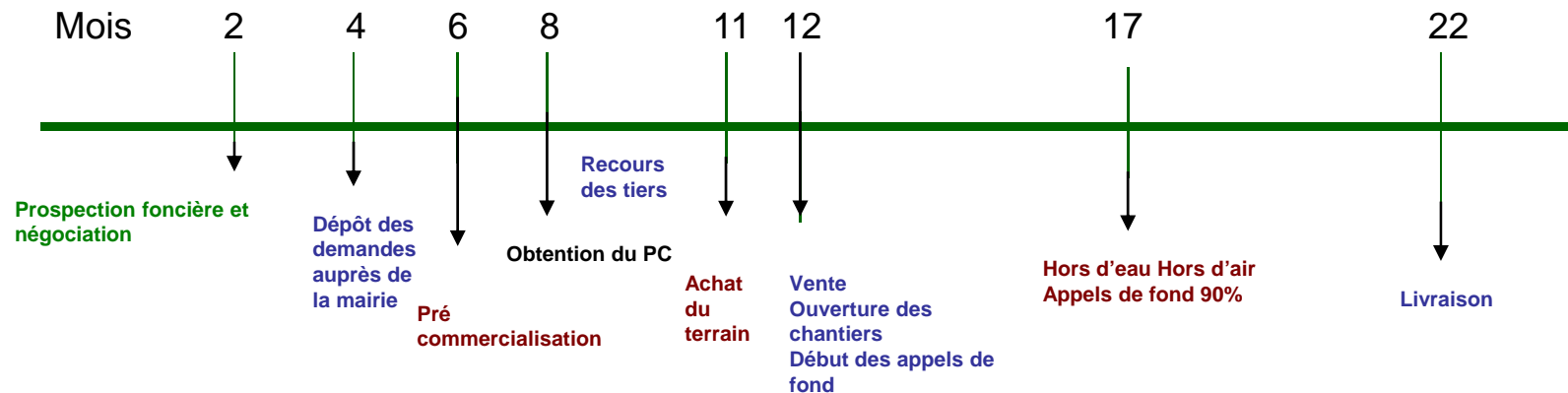
Candillargues (34)

# Processus de vente Lotissement / Promotion

## Calendrier Lotissement



## Calendrier Promotion Villa Duplex®



- Remontée de cash rapide dès lors qu'un bon niveau de réservation est atteint
- Valorisation de l'expertise métier -> montée en valeur ajoutée.

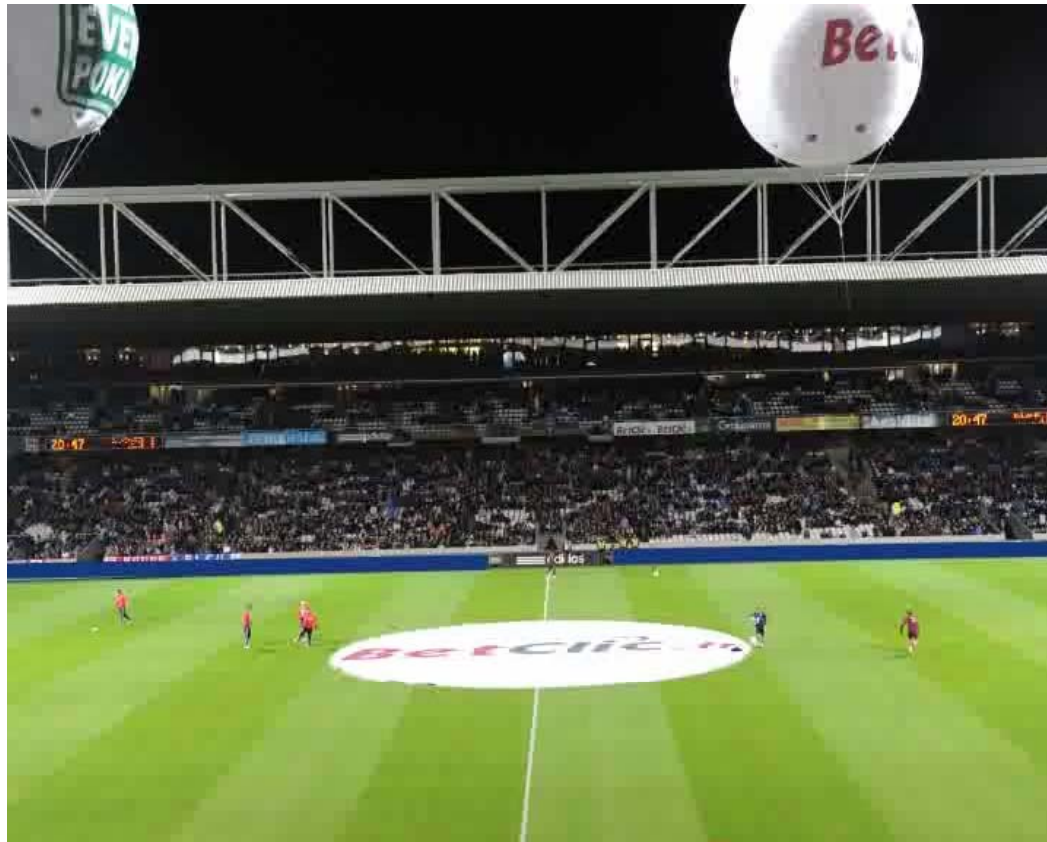
# Sommaire

- Le Groupe en bref
- Résultats semestriels 2010/2011
- **Axes de développement**
  - Redressement du marché immobilier
  - Focus sur deux projets phare d'une offre profonde
  - Lancement de la Villa-Duplex
  - **Des outils marketing performants**
  - Tendances et opportunités
- Nos objectifs à MT





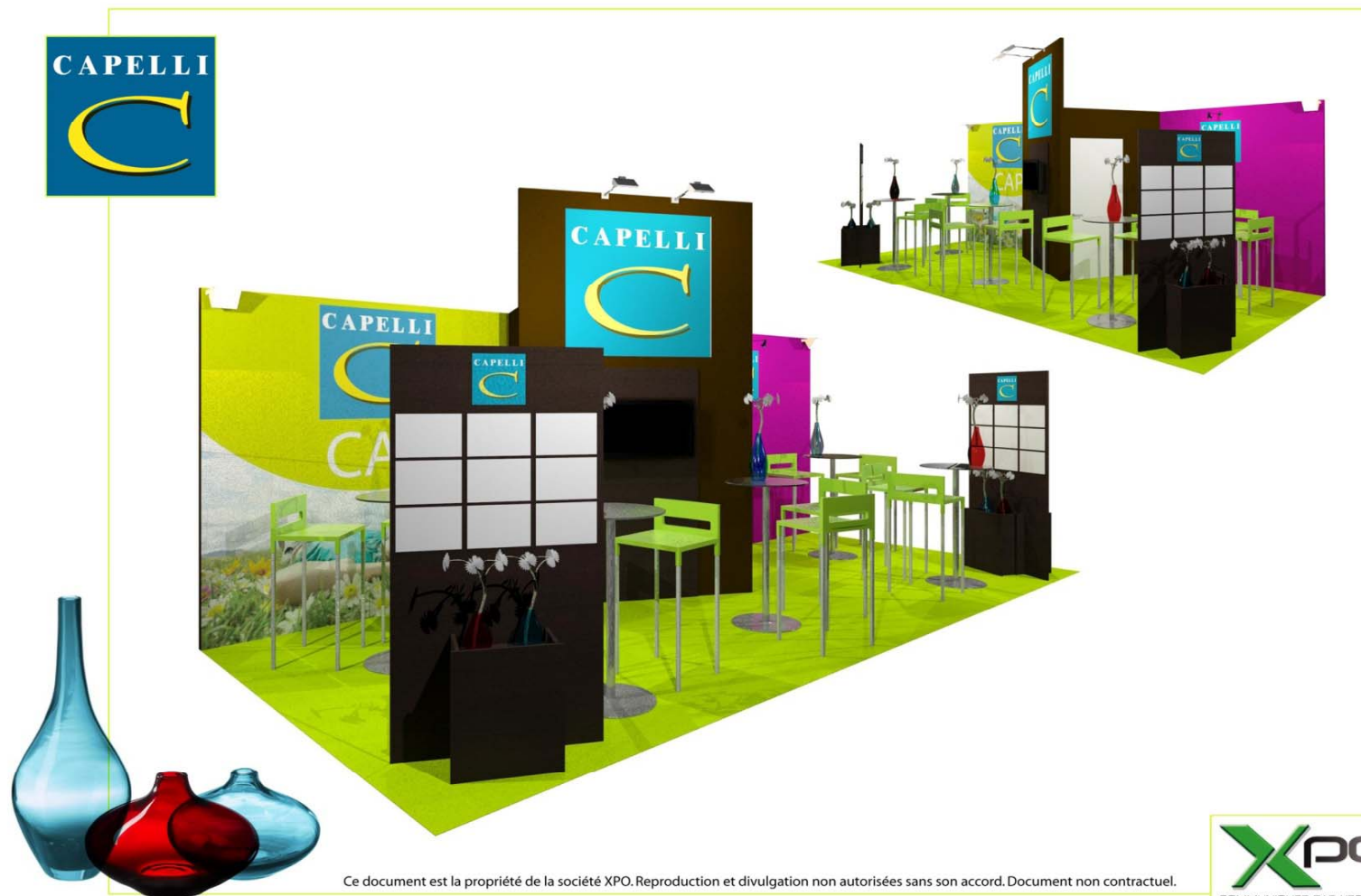
# Live Ad match OL/PSG – 29 novembre 2010



# Flyers Rencontres Habitat



# Présence au Salon de l'Immobilier de Lyon



Ce document est la propriété de la société XPO. Reproduction et divulgation non autorisées sans son accord. Document non contractuel.

# Sommaire

---

- Le Groupe en bref
- Résultats semestriels 2010/2011
- **Axes de développement**
  - Redressement du marché immobilier
  - Focus sur deux projets phare d'une offre profonde
  - Lancement de la Villa-Duplex
  - Des outils marketing performants
  - **Tendances et opportunités**
- Nos objectifs à MT



## Une organisation prête pour capter la croissance du marché

- Recrutement d'un **Directeur Technique** et d'un **Responsable commercial** dédiés à la Promotion
- Renforcement des équipes commerciales « achat foncier » en région parisienne, Rhône Alpes, Ouest, Provence et Midi Pyrénées pour faire face à une forte demande de foncier
- Partenariats avec les constructeurs de maisons individuelles
- Outils marketing renforcés
- Organisation de « **Rencontre Habitat ®** » avec les futurs acquéreurs



Un backlog de très bon niveau

Portefeuille de lots réservés et actés  
au 1<sup>er</sup> novembre 2010 : **60,7 M€**

**dont 39,5 M€ en lotissement  
et 21,2 M€ en promotion**



# Sommaire

- Le Groupe en bref
- Résultats semestriels 2010/2011
- **Axes de développement**
  - Redressement du marché immobilier
  - Focus sur deux projets phare d'une offre profonde
  - Lancement de la Villa-Duplex
  - Des outils marketing performants
  - Tendances et opportunités
- **Nos objectifs à moyen terme**



## Objectifs à moyen terme

---

- 1/ S'imposer rapidement sur une niche encore non exploitée :  
Villa Duplex®
- 2/ Tirer profit de l'expertise en recherche foncière pour nos deux activités
- 3/ Mutualiser les structures (équipes de vente, ...) et les moyens (informatique, marketing,...) au service des 2 activités et capter de nouveaux clients grâce à la notoriété établie
- 4/ Créer de la valeur avec des activités fortement rentables (augmentation de la marge commerciale)



## Objectifs à moyen terme



Un S2 attendu supérieur au S1



Profitabilité sur l'ensemble de  
l'exercice