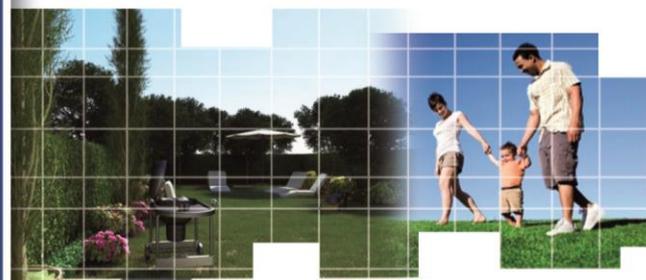




PROMOTEUR



AMENAGEUR

RÉSULTATS ANNUELS 2012/2013

PARIS – JUIN 2013



UN POSITIONNEMENT DE PROMOTEUR – AMÉNAGEUR VALIDÉ ET PORTEUR DE CROISSANCE

37 ANS D'EXPÉRIENCE DANS L'IMMOBILIER

- LA PASSION DE L'IMMOBILIER
- LA FORCE DE L'EXPÉRIENCE
- LA RÉACTIVITÉ D'UNE SOCIÉTÉ FAMILIALE

**AMÉNAGEUR
LOTISSEUR**

1976
Création par
Jean-Claude
Capelli

1995
Christophe Capelli
intègre l'entreprise

2004
Introduction en
Bourse
de la société
Jean-Charles
Capelli rejoint à son
tour l'entreprise

villaduplex 

2010
Lancement
de l'activité
promotion
en Villa Duplex®

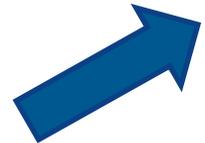
**PROMOTEUR
AMÉNAGEUR**

2012
Réussite du
positionnement
stratégique du
Groupe qui tire
profit de la
complémentarité
de ses 2 activités

2013
Ouverture d'une
filiale à Genève
(Suisse)

UN MODÈLE ÉCONOMIQUE SIMPLE :

OPTIMISER UN FONCIER QUI DEVIENT DE PLUS EN PLUS RARE



AMÉNAGEMENT / LOTISSEMENT



UN MODÈLE PERTINENT ET VALIDÉ

Un réel savoir-faire dans le sourcing et l'aménagement d'espaces de vie pour les primo-accédants en résidence principale

PROMOTION villaduplex 
Maisons de ville

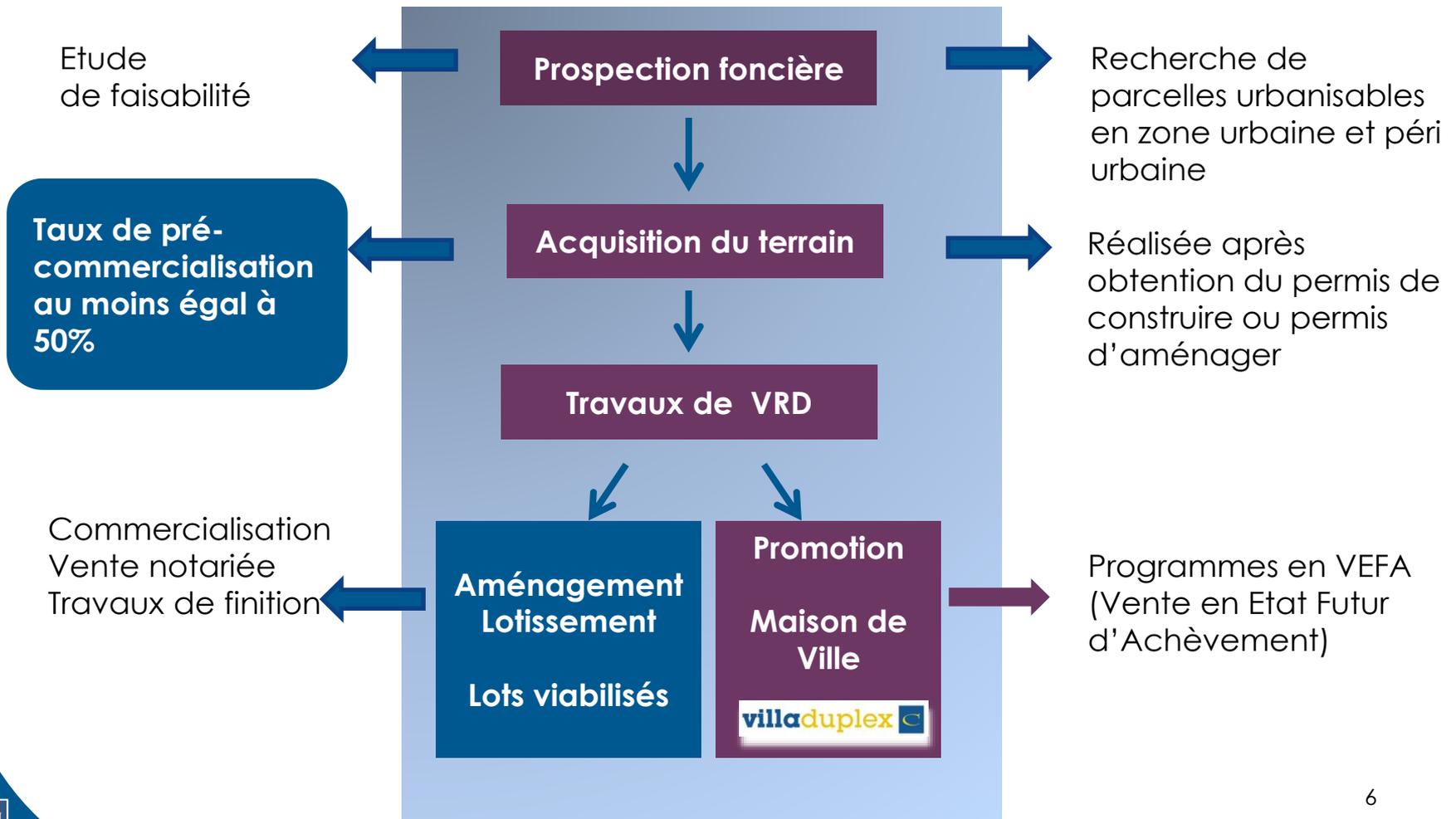
4

NOTRE CONCEPT INNOVANT ET UNIQUE :

villaduplex 



NOTRE MÉTIER : PROMOTEUR - AMÉNAGEUR



UN BUSINESS MODEL RÉSISTANT

DEUX OFFRES COMPLÉMENTAIRES

Promoteur / Aménageur



Pour un même public cible :

Acquéreur d'une résidence principale en zone urbaine ou péri urbaine

-  Un positionnement qualité /prix/géolocalisation répondant aux contraintes budgétaires des accédants en résidence principale
-  Pas d'exposition aux ventes en défiscalisation
-  Un segment de clientèle peu sensible à l'environnement conjoncturel (besoin de se loger/différentiel nul entre location et acquisition)

POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE RÉUSSI ET PERTINENT

2010

Activité dominante
Aménagement /
Lotissement



2012

50/50

Lotissement/Promotion



2015

Activité dominante
Promotion



Croissance rentable du C.A. :

- Financement d'une croissance soutenue de l'activité promotion
- Montée en valeur ajoutée et amélioration des marges
- Forte génération de cash flow

PRINCIPAUX INDICATEURS DE PERFORMANCE 2012/2013

CA

50,1 M€

Marge brute

27,9%

EBIT

5,2 M€

soit 10,5% du CA

Résultat
net

2,9 M€

soit 5,8% du CA

Gearing

au 31/03/13

17,4%

Fonds propres

au 31/03/13

34,8 M€

- Croissance de l'activité confirmée dans un environnement conjoncturel défavorable
- Amélioration de la marge brute dégagée (vs 25,7% en n-1)
- Rentabilité opérationnelle en progression (vs 8,1% en n-1)
- Structure financière très saine avec un gearing à 7,9% (hors IBO) dans un contexte de fort développement

UN BBB DÉLIVRÉ PAR L'AGENCE DE NOTATION SCOPE LORS DE LA PROCÉDURE D'EMPRUNT OBLIGATAIRE

I. RATING-NOTATION

Scope Credit Rating assesses the company

GROUPE CAPELLI SA • FRANCE

with the preliminary Rating Score

BBB

Quantitative Rating-Score

BB+quant.

Qualitative Rating Score

Aqual.



Our opinion is based on the quantitative analysis of financial data for the financial years of 2009/2010 to 2011/2012, as per March 31st. Qualitative Criteria has been determined through the management interview issued in October 2012.

The preliminary rating of Scope Credit Rating GmbH aimed to inform the rating object about the current status of the rating analysis which has not been finalized. A publication of the reports or notation, even partial, is prohibited. The displayed rating notation in this preliminary report has been prepared on the basis of information, assumptions and conditions gathered in the current rating process. The final rating may differ from this preliminary assessment.

Germany, October 12th, 2012

SCOPE CREDIT RATING GMBH

DES CONCEPTS EN PHASE AVEC LES CONTRAINTES BUDGÉTAIRES DES PRIMO-ACCÉDANTS

DES CONCEPTS RÉPONDANT AUX ATTENTES DU MARCHÉ

Enquête 2012* « Quel est le logement idéal des français ? »

Carte d'identité de l'acquéreur type

30-39 ans

Primo-accédant

Locataire depuis 5 à 10 ans

Montant investi 150 à 200 K€

Si maison : jardin, rez-de-jardin,
terrace, garage

Si appartement : cave,
garage

Motivations

Avoir un logement neuf (52%)

Avoir plus d'espace (34%)

Ne plus avoir à payer de loyer
(22%)

Avoir un jardin (55%) ou une
terrace/balcon (41%)

Avoir un garage ou d'un
parking (51%)

Pièces préférées des français

Salon

Cuisine



NOTRE CONCEPT : **villaduplex**

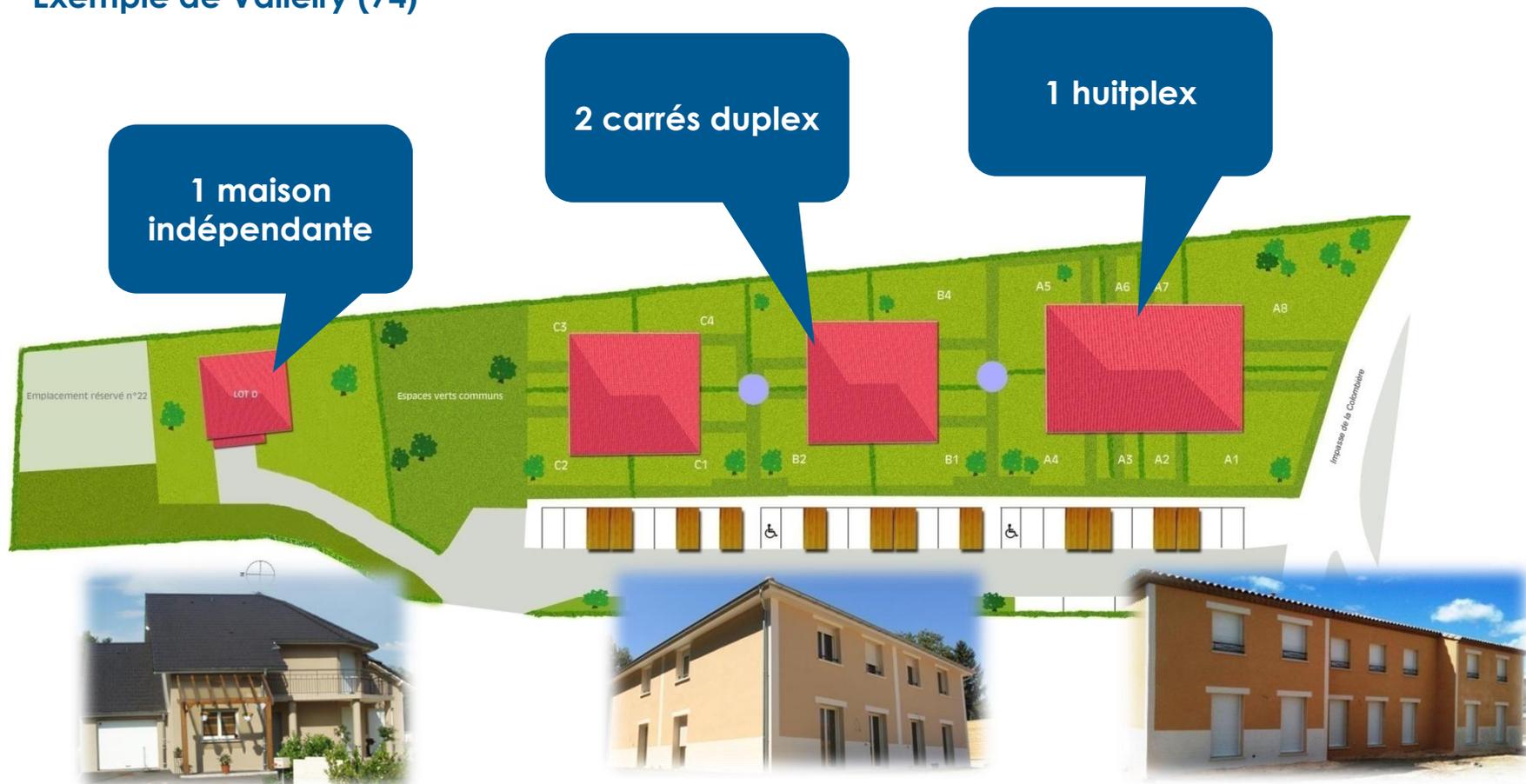


**Une réponse efficace
pour une clientèle
recherchant un
logement en 1ère et
2ème couronnes**

**Un espace de vie
avec jardin et garage,
proche du centre ville,
des écoles et des
transports en commun**

UN CONCEPT ÉVOLUTIF

Exemple de Valleiry (74)



EXEMPLES DE NOS RÉALISATIONS « PROMOTION »



EXEMPLES « MAISONS EN LOTISSEMENT »



NOS PROGRAMMES EN COURS ...

UNE CONCENTRATION SUR LES ZONES À FORT POTENTIEL

Nos implantations



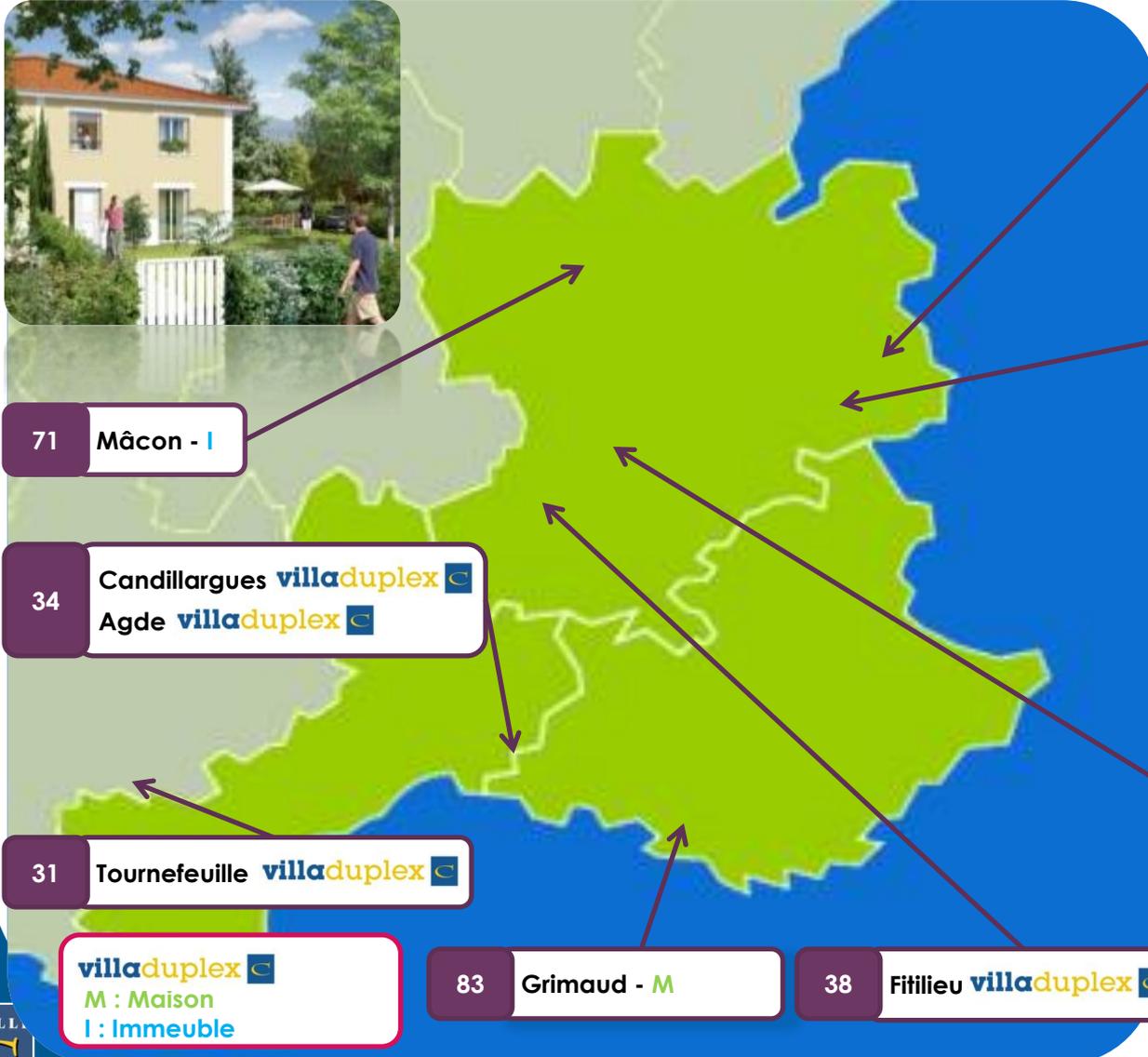
Effectif total : 56 personnes

Zones couvertes :

Région parisienne
Rhône-Alpes-Frontière Suisse
Languedoc Roussillon
PACA

5 agences dont le siège social

NOS PROGRAMMES « PROMOTION » EN RHÔNE-ALPES ET SUD DE LA FRANCE



71 Mâcon - I

34 Candillargues villa duplex
Agde villa duplex

31 Tournefeuille villa duplex

villaduplex
M : Maison
I : Immeuble

83 Grimaud - M

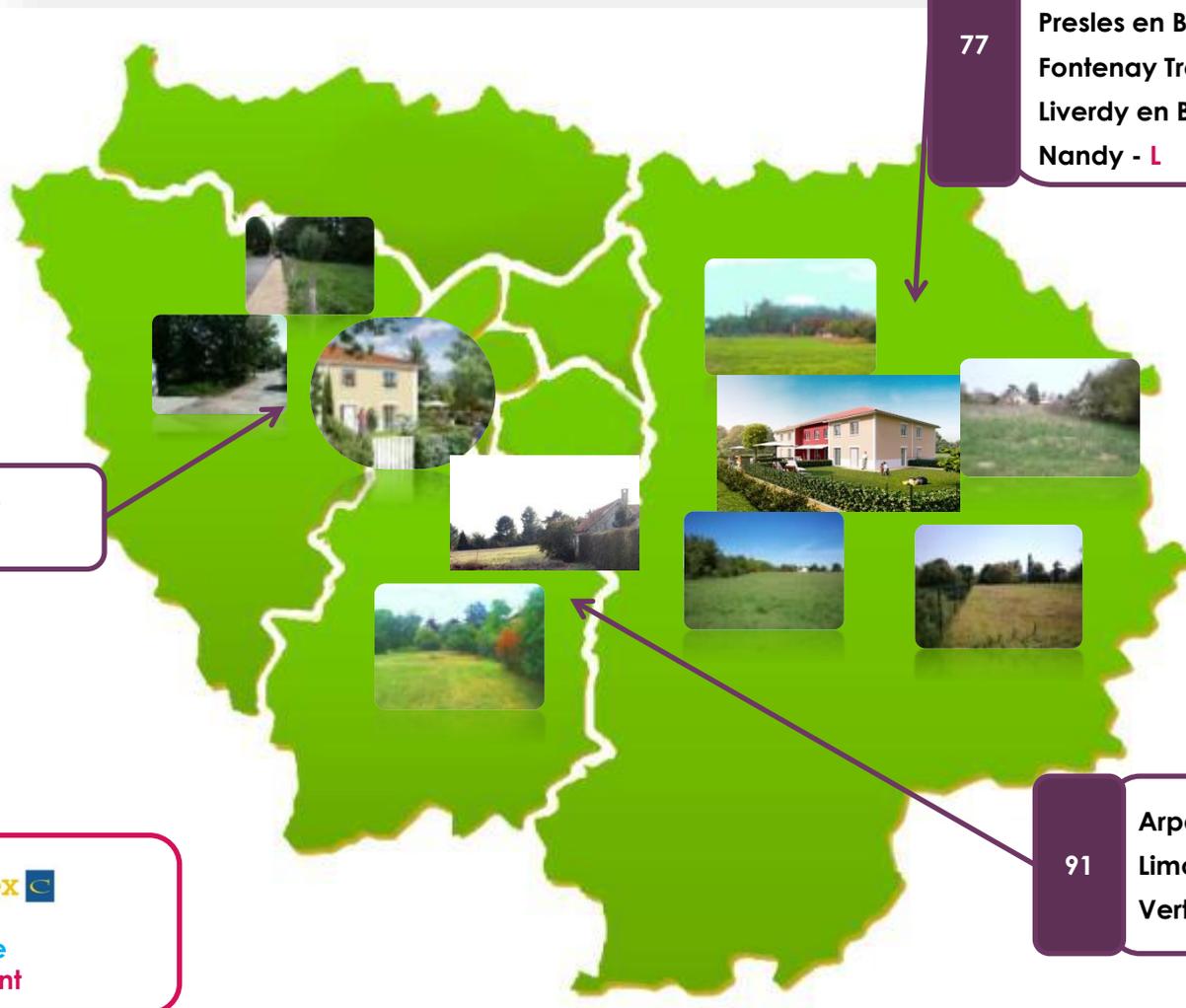
38 Fitilieu villa duplex

01 St Genis Pouilly Y R - M + I
Thoiry X 2 - M
Cessy - M + I
villaduplex

74 Annemasse - I
Arenthon villa duplex
Fillinges X 2 - M + I
Jonzier Epagny X2 - M
Loisin - M
Douvaine - M + I
Beaumont - M
Megève - I
Nangy - M
Savigny villa duplex
St Pierre en Faucigny villa duplex

69 Francheville - I
Limonest - M
Lentilly villa duplex
Millery - I
Toussieu X 3 villa duplex
Vaulx - M + I
Les Chères villa duplex
Quincieux villa duplex
Lyon 8 - I

MONTÉE EN PUISSANCE DE L'ÎLE DE FRANCE



77

- Vert St Denis - L
- Réau - M
- Presles en Brie – villa duplex
- Fontenay Tresigny – villa duplex
- Liverdy en Brie - L
- Nandy - L

78

- Elancourt - L
- Maule - L

91

- Arpajon - villa duplex
- Limours - villa duplex
- Vert le Petit - I

villaduplex
M : Maison
I : Immeuble
L : Lotissement

QUELQUES EXEMPLES DE PROGRAMMES « PROMOTION »

EN COURS ...

Opérations	Dépt	Superficie m ²	Etat d'avancement	Nbre de log.	Date de livraison estimée	C.A. HT en K€
Saint Genis Pouilly (Charline)	01	2 535 m ²	Commercialisation 93%. Plancher bas du RDC	27	2 nd sem 2014	9.010 K€
Saint Genis Pouilly (Les Hauts du Léman ilot T)	01	2 779 m ²	Commercialisation 54%. Fondation	39	1 ^{er} sem 2015	10.170 K€
Fillinges	74	1 347 m ²	Commercialisation 85%. Achèvement	20	2 nd sem 2013	4.042 K€
Toussieu (Maryanne)	69	1 291 m ²	Commercialisation 67%. Fondation	18	1 ^{er} sem 2015	3.422 K€
Valleiry	74	1 438 m ²	Commercialisation 100%. Livraison	17	En cours	4.315 K€



QUELQUES EXEMPLES DE PROGRAMMES « LOTISSEMENT »

EN COURS ...

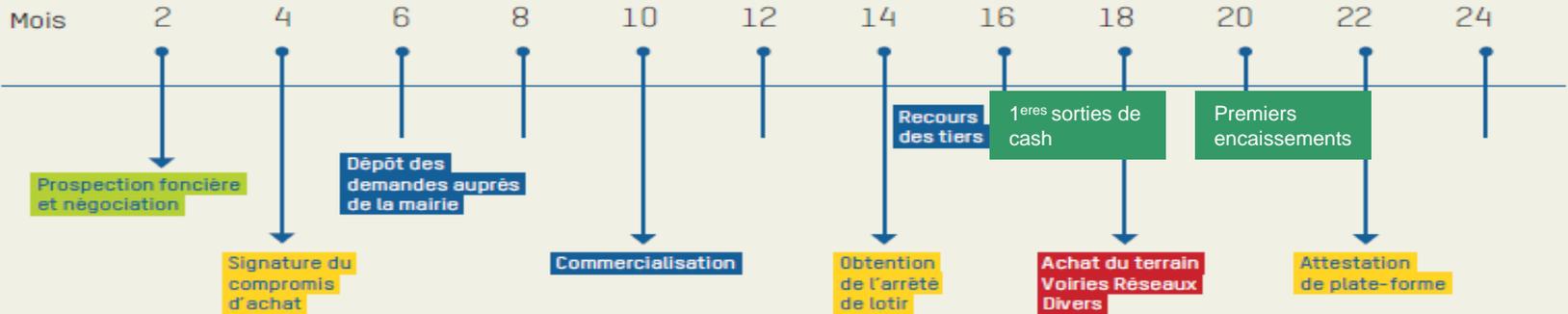
Opérations	Dépt	Superficie m ²	Nombre de lots	Etat d'avancement	CA HT en K€
Rousset	13	4 220 m ²	7	Commercialisation 100%. Travaux achevés.	1.359 K€
Puilacher	34	26 490 m ²	22	Commercialisation 86%. Travaux de 1 ^{ère} phase réalisés.	1.885 K€
Vert le Petit	91	6 288m ²	10	Commercialisation 100%. Travaux de 1 ^{ère} phase réalisés.	1.506 K€
Genas	69	6 110 m ²	7	Commercialisation 100%. Travaux de 1 ^{ère} phase en cours.	1.245 K€



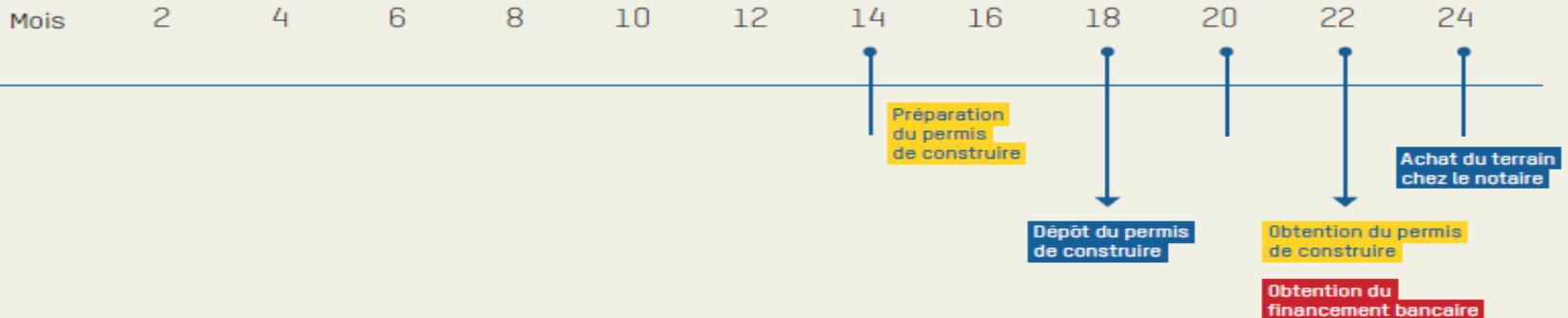
CALENDRIER D'UNE OPÉRATION DE LOTISSEMENT

Calendrier type d'une opération de lotissement

Capelli

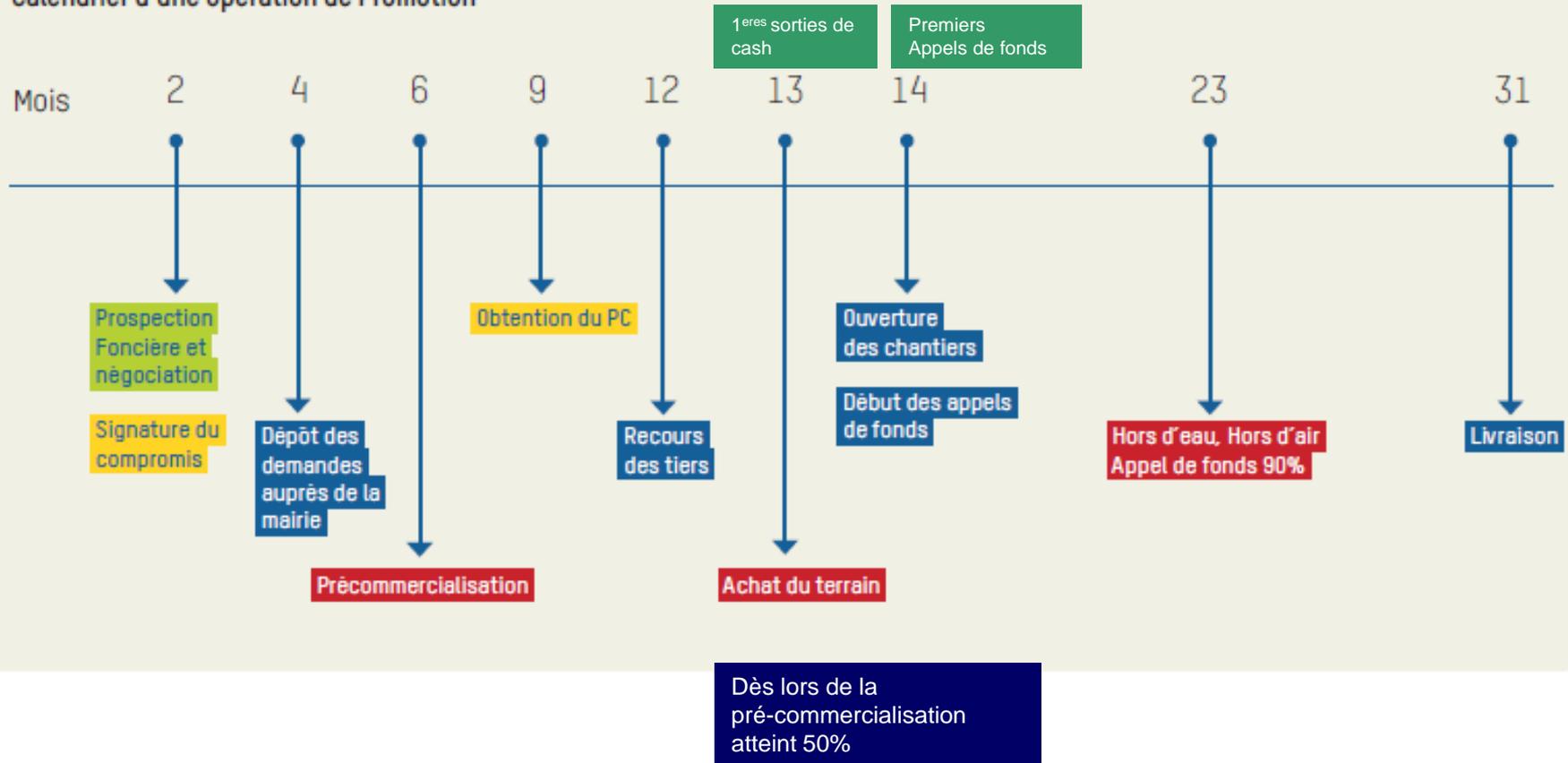


Client



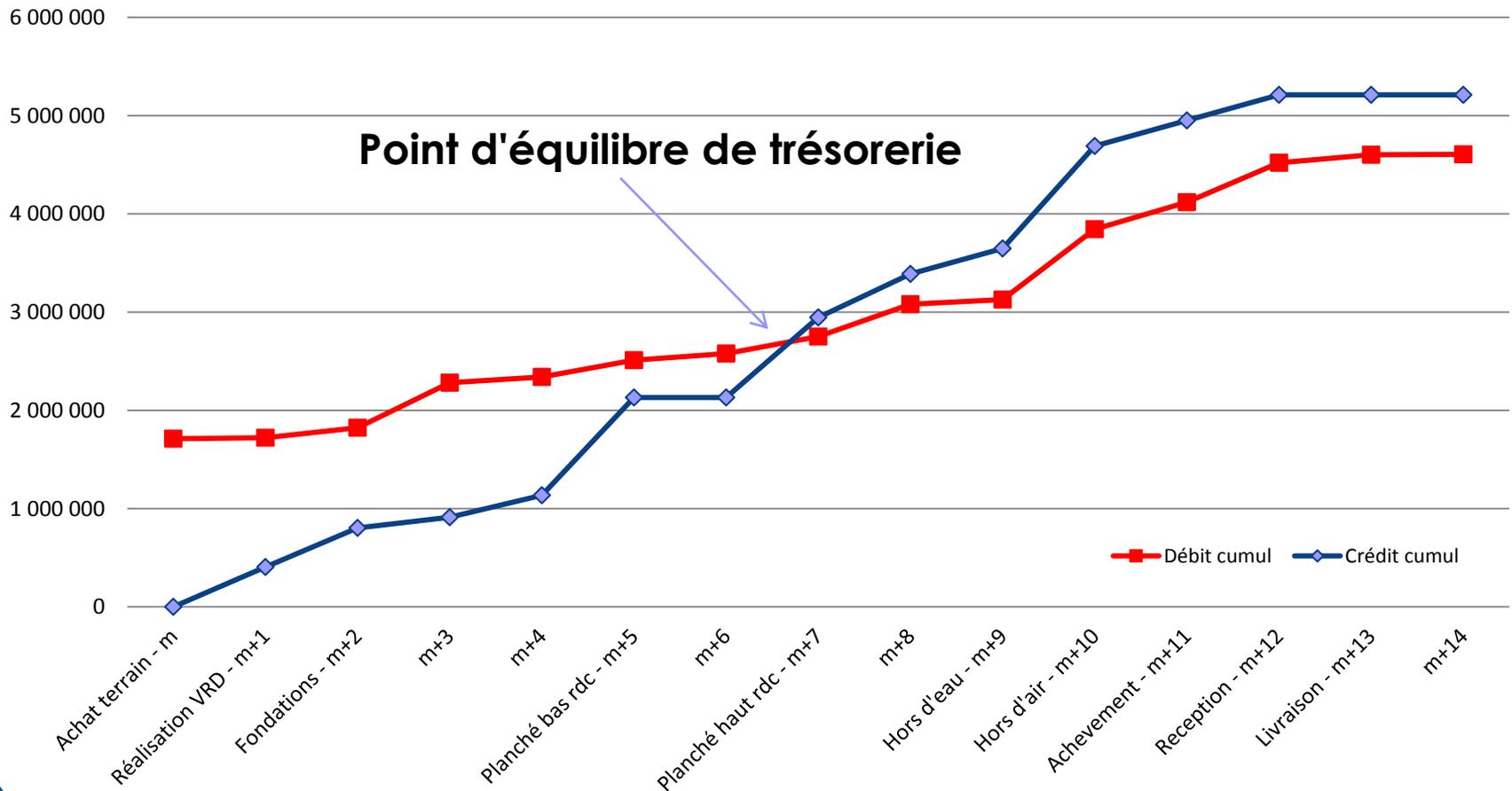
CALENDRIER D'UNE OPÉRATION DE PROMOTION IMMOBILIÈRE

Calendrier d'une opération de Promotion



NOS BESOINS EN FINANCEMENT SUR LES PROGRAMMES

VILLA DUPLEX (exemple d'un programme de 17 logements)



UNE ORGANISATION EFFICACE ET DES OPERATIONS MARKETING RODEES

UNE ACTIVITÉ COMMERCIALE DYNAMIQUE QUI S'ACCOMPAGNE D'UNE VISIBILITÉ ET D'UNE NOTORIÉTÉ ACCRUE



PARRAIN DE



PARRAIN DE



UN SITE INTERNET EFFICIENT

The screenshot shows the Capelli website homepage. At the top, there is a navigation bar with 'MA SÉLECTION' and a main banner for '01 ST GENIS POUILLY APPARTEMENTS T2 T3 T4 À PARTIR DE 193 200 €'. Below the banner is a search bar and a navigation menu with categories like 'PROGRAMMES NEUFS', 'TERRAINS A BATIR', 'DEFISC', 'LE GROUPE', and 'SERVICES EN LIGNE'. The main content area features a search section titled 'RECHERCHER UN BIEN' with filters for 'Type de bien' and 'Situation', a map of France, and a 'Rappel gratuit & immédiat' form. There are also sections for 'Capelli TV' and 'Votre conseiller en ligne'. Arrows point from various elements to callouts on the right.

Parrainage

Aide au financement

Rappel immédiat
Samedi inclus

Capelli TV

Conseiller en ligne

www.groupe-capelli.com : Plus de 2 000 visiteurs jour

UN SITE INTERNET EFFICIENT

Focus sur le descriptif d'un programme



appartement a vendre Millery - 69390 - notre offre

Notre offre

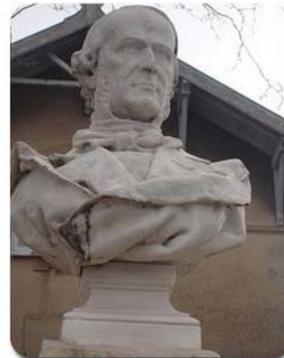
A saisir !

Dans l'ouest lyonnais, à Millery, nous vous proposons :

- Appartements de type T1, T2 et T3,
- Terrasse, jardin ou balcon selon lot,
- Programme totalement sécurisé - visiophone et portail électrique.

En + :

Profitez d'une subvention de 3000 à 4000 € par la communauté de communes sous conditions d'attribution : Etre primo accédant, recourir à un PTZ +, ne pas dépasser le plafond de ressources !



- Présentation
- Situation
- Plans
- Prestations
- Prix
- Défisicalisation
- Contact

UNE FORTE PRÉSENCE SUR INTERNET



Tous nos programmes sont relayés sur plus de 47 sites

UNE PRÉSENCE EN FRANCE ET EN SUISSE !

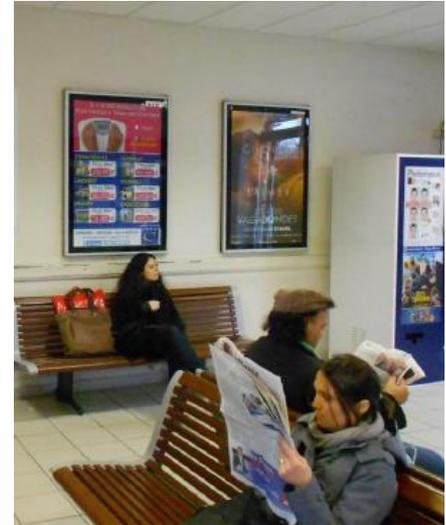


Ouverture d'une filiale à Genève

Communiqué presse de février 2013 :
« La Suisse, un nouveau relais de croissance pour CAPELLI »

DES CAMPAGNES MARKETING SÉLECTIVES

- Affichage bus
- Affichage couloir de métro,
- Affichage sur les grands axes de circulation (panneaux 4x3, 8m², etc...),
- Affichage dans les ascenseurs d'immeubles de bureau,
- Affichage gares



DES CAMPAGNES MARKETING DIFFÉRENCIATRICES

■ Panneaux directionnels

■ Panneau et drapeau signalétique sur le terrain



DES MAQUETTES ET DES BULLES DE VENTE

Un lieu d'accueil qui permet à nos commerciaux de rencontrer les clients.



DES PLANS ET DES PERSPECTIVES

Des plans et perspectives pour rendre plus réaliste nos programmes.



UNE PRÉSENCE AUX SALONS IMMOBILIER DE LYON ET DE PARIS



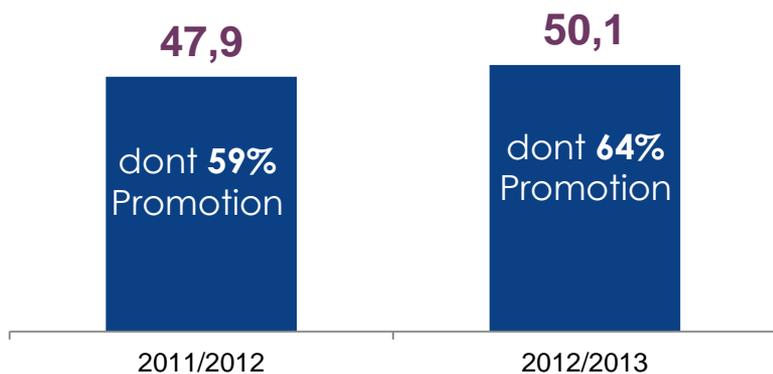
UNE PRÉSENCE DANS LES CENTRES COMMERCIAUX



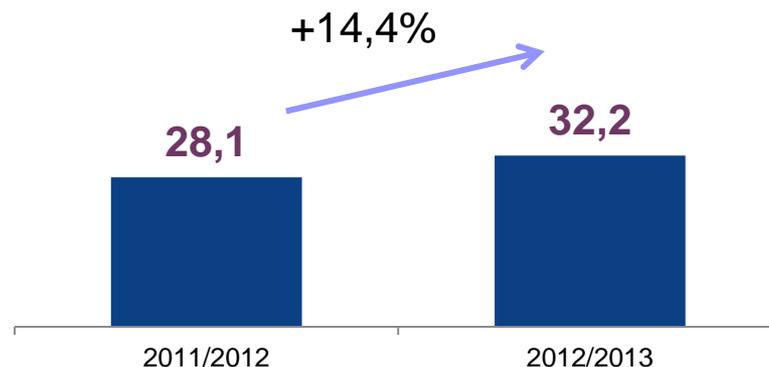
**RESULTATS ANNUELS
EN LIGNE AVEC NOS OBJECTIFS DE CROISSANCE**

UN BUSINESS MODEL EN ACCÉLÉRATION

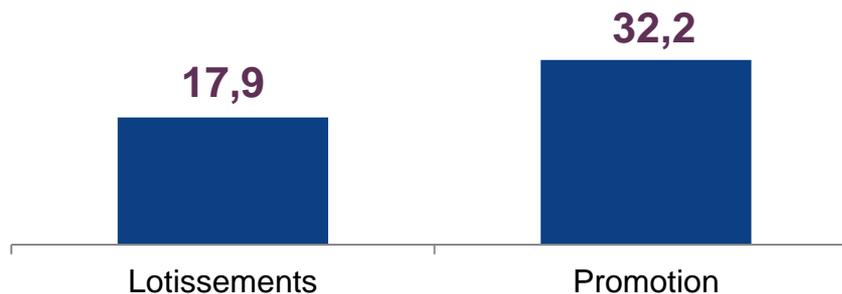
Chiffre d'affaires (en M€)



Dont Promotion (en M€)



Ventilation du chiffre d'affaires (en M€)



COMPTES DE RÉSULTAT SYNTHÉTIQUE

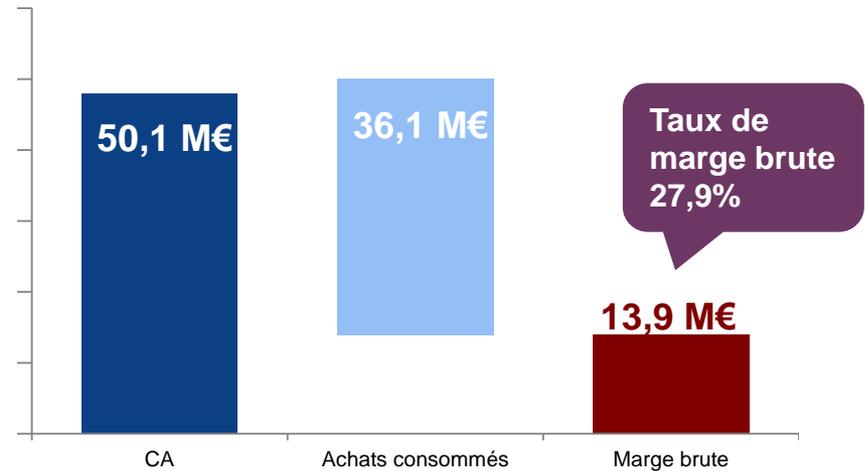
Confirmation d'une croissance rentable

EN M€	2012/2013	2011/2012	croissance
Chiffre d'affaires	50,1	47,9	+4,6%
Marge brute	13,9	12,3	+13,3%
Résultat opérationnel	5,2	3,9	+34,4%
<i>Rentabilité opérationnelle</i>	10,5%	8,1%	
Résultat financier	(0,4)	(0,1)	
Résultat avant impôts	4,8	3,8	+25,9%
Résultat net consolidé	3,1	2,5	+25,9%
Résultat net part du Groupe	2,9	2,4	+22,3%
<i>Rentabilité nette</i>	5,8%	5,0%	

RENTABILITÉ OPÉRATIONNELLE DE TRES BON NIVEAU

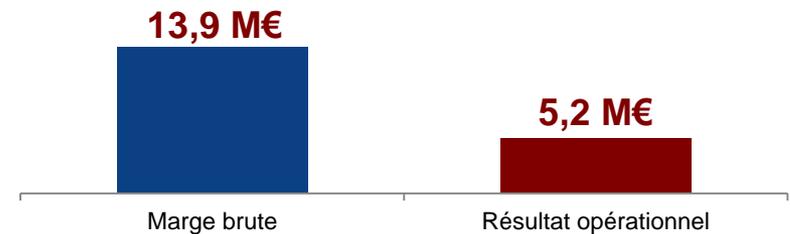
Taux de marge brute de 27,9%

- Croissance de la Promotion
- Croissance des volumes
- Qualité des ventes



Résultat opérationnel de très bon niveau

- Taux de rentabilité opérationnelle de 10,5%



STRUCTURE FINANCIÈRE SOLIDE

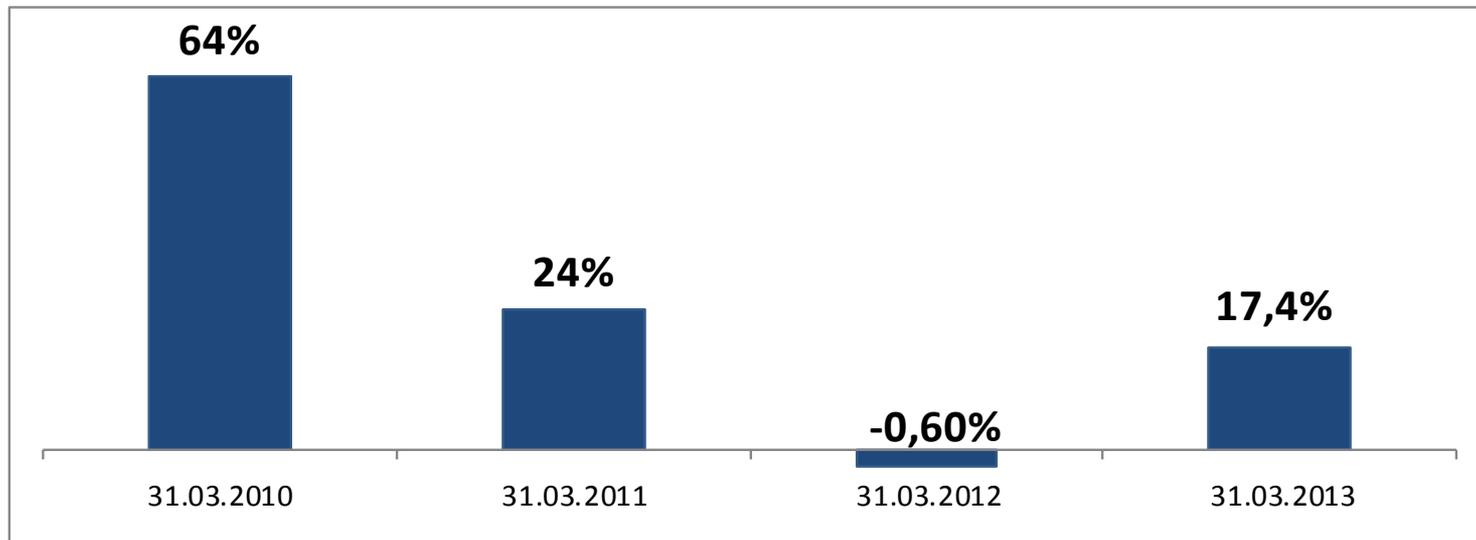
EN M€	31/03/2013	31/03/2012
Capitaux propres	34,8	32,6
Trésorerie	26,6	20,2
Dettes financières	(32,7)	(20,0)
Endettement net	(6,1)	0,2
Stocks	40,8	32,3
Créances clients	24,3	23,1
Fournisseurs	(27,7)	(25,8)
BFR opérationnel net	37,4	29,6

FLUX DE TRÉSORERIE

EN M€	2012/2013	2011/2012
Capacité d'autofinancement	4,6	3,5
Variation du BFR	(9,8)	4,4
Flux nets de trésorerie liés à l'activité	(5,2)	7,9
Flux nets de trésorerie liés aux activités d'investissement	(0,2)	(0,3)
Flux nets de trésorerie liés aux activités de financement	11,2	0,1
Variation de trésorerie	5,9	7,7

UN ENDETTEMENT MAITRISE

Evolution du Gearing (Endettement net/fonds propres)



Gearing hors IBO : 7,9%

IMPACT DE L'IBO SUR LE GEARING

En M€	31.03.2013
Trésorerie disponible IBO	8,1
Dette IBO	(11,4)
Utilisation IBO	(3,3)
Dette nette Groupe retraitée	(2,8)
Gearing retraité	7,9%

Rappel des modalités de l'émission obligataire :

Montant brut de l'émission : 11 695 400 €

Représenté par 116 954 obligations chacune d'une valeur nominale de 100 €

Taux d'intérêt fixe brut de 7% par an sur une durée de 5 ans

PRESPECTIVES 2013/2014

DYNAMIQUE TERRITORIALE ET FORTE MONTÉE EN PUISSANCE DE LA RÉGION PARISIENNE



Lots sous compromis d'achats : +15%

**107,1 M€ au 15/05/2013
(vs 93,3 M€ en n-1)**



La signature d'un compromis d'achat entre CAPELLI et le propriétaire vendeur fait l'objet d'une étude de faisabilité dont ressort un nombre de logements à vendre. De ce nombre de logements, multiplié par leur prix de vente potentiel, résulte un chiffre d'affaires TTC réalisable sur une période allant de 12 à 36 mois, sous condition d'obtention des autorisations de construire ou de lotir, de commercialisation des logements et de réalisation des chantiers.

BACKLOG ET RESERVATIONS

Backlog au 15 mai 2013 : 55,9 M€

Backlog lotissement

15 mai 2012

15 mai 2013

21,6 M€

17,2 M€

Backlog promotion

15 mai 2012

15 mai 2013

31,9 M€

38,6 M€

Réservations au 21 juin 2013 : + 18%

 **Croissance du chiffre d'affaires**

 **Maintien d'un bon niveau de rentabilité**

 **Résistance à l'environnement conjoncturel grâce :**

-  A un positionnement ciblé (Primo-accédant en résidence principale)
-  De nouveaux relais de croissance : Capelli Suisse, Villasereno[®] et Vivmedio[®]

**Un positionnement marché pertinent :
Prix / Géolocalisation / Résidence principale**

COORDONNÉES

Groupe CAPELLI

Siège France

2 bis Chemin du Coulouvrier

Z.I. du Tronchon

69544 CHAMPAGNE AU MONT D'OR CEDEX

Tél : 04 78 47 49 29

Fax : 04 78 47 51 18

www.groupe-capelli.com