



Résultats semestriels 2009/2010

Paris, le 3 décembre 2009

Sommaire

- **Le Groupe en bref**
- Des résultats semestriels 2009/2010 sous contrôle
- Confirmation du redressement du marché
- Les atouts de Capelli pour tirer profit de ce rebond



2^{ème} lotisseur national

- **Groupe CAPELLI : 2^{ème} lotisseur national**
 - Une légitimité naturelle, plus de 30 années d'historique
 - 10 agences en France, 75 collaborateurs
 - Jusqu'à 800 lots et logements vendus par an
- Une clientèle composée pour l'essentiel de primo accédants
 - Un secteur prioritaire d'aide à l'investissement : Pass foncier, Prêt à Taux Zéro, 1% logement, Loi Scellier...
 - Un savoir-faire spécifique du groupe
 - Recherche de solutions économiques : petites surfaces, 1^{ère} et 2^{ème} couronne d'agglomération
 - Eloignement géographique accepté si justifié par une différence budgétaire



Un métier unique : Aménageur d'espace de vie

Aménagement / Lotissement



Promotion de Maison de Ville



Deux métiers extrêmement complémentaires

2^{ème} Lotisseur national

Un process optimisé décliné en 4 étapes :

1. Qualité de la Prospection foncière
2. Qualité du montage urbanistique et technique des opérations
3. Réalisation des travaux dans les règles de l'art
4. Rapidité de la commercialisation et de la vente

Un modèle sécurisé

Pour l'entreprise

- ✓ Signature d'un compromis sous conditions suspensives :
 - obtention d'un permis de lotir purgé de recours tiers -
 - obtention d'un prêt bancaire
- ✓ Décaissements liés aux aménagements (VRD) si et seulement si le terrain est acquis
- ✓ Paiement via notaire dès l'obtention du permis de construire
- ✓ Pas d'impayés

Pour le client-acquéreur

- ✓ Garantie bancaire d'achèvement des V.R.D.
 - Réduction du délai de livraison du terrain
- ✓ Réalisation des V.R.D. dans les règles de l'art
- ✓ L'autorisation de lotir confère au particulier un droit à construire pendant 10 ans
 - Possibilité de différer la construction



Sommaire

- Le Groupe en bref
- **Des résultats semestriels 2009/2010 sous contrôle**
- Confirmation du redressement du marché
- Les atouts de Capelli pour tirer profit de ce rebond



Résultats semestriels sous contrôle

- Un premier semestre caractérisé par :
 - Un embarqué (niveau de réservations) **exceptionnellement faible** en raison de la crise financière et économique qui a marqué la fin de l'année 2008 et les premiers mois de l'année 2009.
 - **Un effet de base particulièrement défavorable**, les 1^{er} et 2^{ème} trimestres de l'exercice 2008/2009 ayant constitué des points de comparaison élevés, en haut de cycle.

En séquentiel, le 2ème trimestre 2009/2010 à 8,3 M€ affiche une progression de 28% par rapport au 1er trimestre 2009/2010, et le 3ème trimestre confirmera cette tendance.

Vif succès de l'activité VEFA

Répartition du chiffre d'affaires par activité (1^{er} avril au 30 septembre)

En M€	30.09.2009	30.09.2008	30.09.2007
Aménagement/ Lotissement	7,2	20,5	17,5
Promotion Immobilière	7,6	4,5	3,7
Chiffre d'affaires annuel	14,8	25,0	21,2

La Promotion, en hausse de 68%, bénéficie du lancement réussi de la Maison de Ville et de la loi Scellier.

L'activité lotissement a été pénalisée par le retournement du marché et les actions adoptées pour favoriser le déstockage des lots anciens.

Compte de résultats

(1^{er} avril – 31 mars)

En M€	30.09.09 6 mois	30.09.08	31 mars 2009 12 mois
Chiffre d'affaires annuel	14,77	25,04	50,50
Marge commerciale %	20,5%	33,3%	28,4%
Résultat opérationnel	- 0,48	3,82	5,53
Résultat financier	- 0,82	-1,31	-2,45
Résultat net pdg	-0,88	1,26	1,53

- **Préservation des résultats dans un contexte extrêmement difficile**

- **Tendances attendues pour l'ensemble de l'exercice :**

- **Chiffre d'affaires de l'ordre de 50 M€**
- **Marge commerciale d'environ 21%**



Des résultats sous contrôle

- **Adaptation de la structure de coûts au contexte de crise**
 - Abaissement du point mort (frais généraux, charges de personnel) d'environ 1 M€/an
 - Préservation d'une organisation qui permet à ce jour de bénéficier du rebond du marché
- **Priorité donnée à la génération de cash et au désendettement**
 - Mais impact du déstockage des lots anciens sur la marge commerciale
- **Mise en place d'une politique visant à augmenter la productivité**
 - Requalification des produits
 - Géolocalisation (prix moyen plus élevé)
 - Projets à forte transformation (pas de modification du PLU) et/ou rotation plus rapide (6 mois vs 18 mois)

Analyse de la marge commerciale

- **Des actions de déstockage qui pèsent sur le semestre mais qui auront un effet très positif dès 2010**
 - 70% des ventes réalisées sur des stocks anciens (marge comprise entre 15 et 20%)
 - 30% des ventes réalisées sur de nouveaux produits (marge supérieure à 28%)

➔ Les résultats 2009/2010 bénéficieront :

De coûts de structure abaissés

D'une marge commerciale en hausse

D'un taux de réservation des nouveaux stocks de 73%

D'une baisse de l'endettement et d'une variation positive du BFR

- Gearing attendu en forte baisse en fin d'exercice

Evolution très favorable des stocks

En K€	31.03.2008	31.09.2008	31.03.2009	30.09.2009
Lotissement	52 614	50 318	40 773	36 982
Achats sur l'exercice				- 1 172
Stock lotissement retraité	52 614	50 318	40 773	35810
Promotion immobilière	8 041	7 864	10 750	6 910
TOTAL	60 655	58 182	51 523	43 892

Evolution favorable de tous les postes du bilan

En K€	31.03.2009	30.09.2009
Capitaux propres	27 099	26 245
Trésorerie active	11 122	12 181
Dettes financières	44 982	40 895
Gearing	1,18	1,04
Stock	51 523	43 892
Créances clients	26 149	20 565
Fournisseurs	21 491	15 789
BFR	58 007	51 753
Total Bilan	100 002	86 905

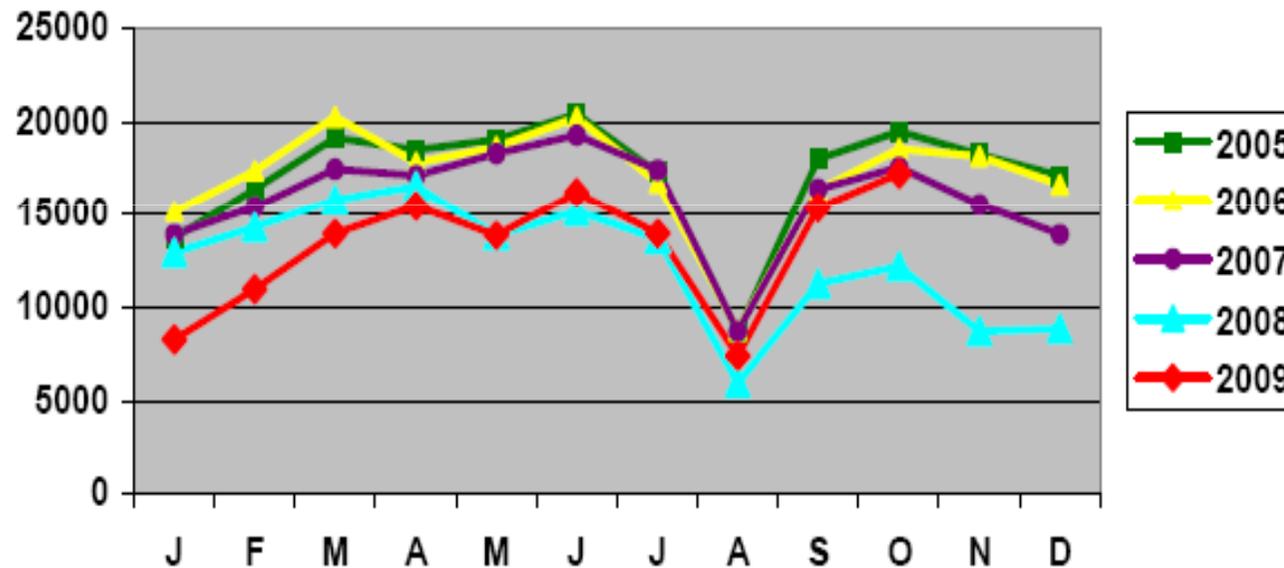
Sommaire

- Le Groupe en bref
- Des résultats semestriels 2009/2010 sous contrôle
- **Confirmation du redressement du marché**
- Les atouts de Capelli pour tirer profit de ce rebond



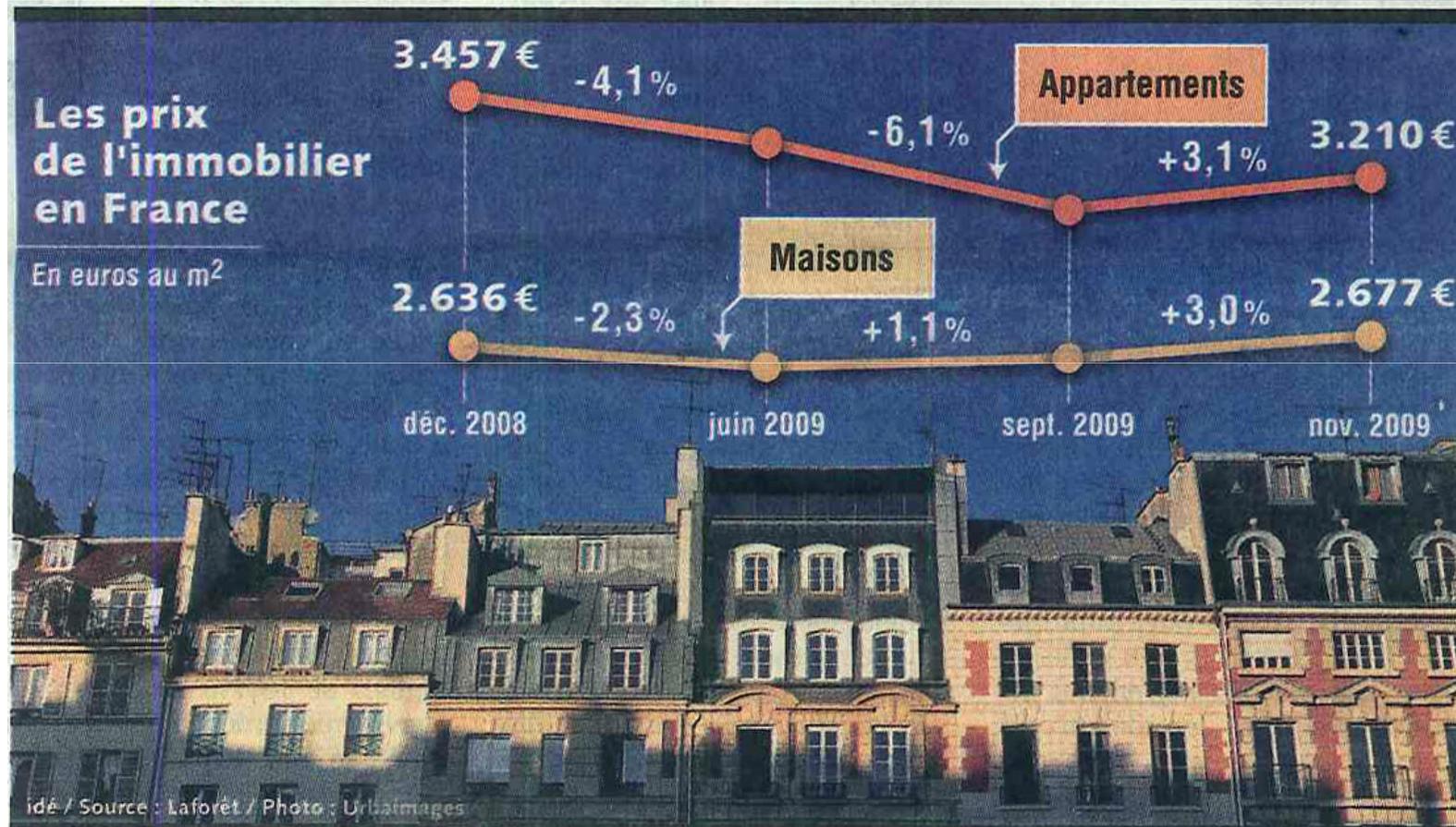
Inflexion de tendance dans la vente des maisons individuelles

- Evolution du marché de la maison individuelle à fin octobre



* Source Caron Marketing

Une baisse des prix désormais enrayée



* Source Les Echos, 26 novembre 2009

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

■ Estimation des besoins en logement en France

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

Source Crédit Foncier

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

Une pénurie aggravée par la crise :

- Arrêt brutal des programmes des promoteurs
- Opérations de déstockage de la part des promoteurs en Scellier majoritairement = accroissement de la pénurie en résidence principale
- Délais incompressibles de relance et de construction de nouveaux programmes (36 mois) – Les chantiers n'ont été relancés qu'à compter de l'été 2009
- Attentisme des secundo accédants pour l'ancien (difficultés à obtenir des prêts relais et baisse des prix)

Des conditions d'accession qui restent très favorables

- Incitations gouvernementales fortes
 - Crédit d'impôt lié à l'acquisition de sa résidence principale
 - Doublement du prêt à taux zéro et triplement au 1^{er} décembre pour les logements BBC (bâtiment basse consommation)
 - Pass Foncier / Maison à 15€ par jour jusqu'en juillet 2010
 - Renouvellement des déductions fiscales dans le cadre de l'investissement locatif

- Des taux d'intérêts très attractifs :
 - Nouvelle baisse des taux au 1^{er} décembre à 3,9% sur 20 ans vs 5,5 % au 1^{er} semestre 2008

 - Détente sur les conditions d'acceptation des dossiers par les banques

Sommaire

- Le Groupe en bref
- Des résultats semestriels 2009/2010 sous contrôle
- Confirmation du redressement du marché
- **Les atouts de Capelli pour tirer profit de ce rebond**



Un repositionnement stratégique

- **Objectif** : fluidifier et accroître les ventes
- **Des forces de ventes mobilisées**
 - Focus particulier sur les lots anciens
 - Campagnes de communication intensives
 - Baisse de prix sur les opérations anciennes
 - Mise en place de **Smarts sites dédiés** à des opérations spécifiques, accessibles depuis www.groupe-capelli.com
- **Des équipes « achat » réorientées**
 - Accent mis sur les opérations à rotation très rapide
 - Environnement faiblement concurrentiel permettant de saisir les meilleures opérations
 - Bon accueil de la part des municipalités confrontées à une forte baisse de leurs ressources



Elargissement de l'offre pour saisir toutes les opportunités

Accession / Pass Foncier



Défiscalisation



Bailleurs sociaux



Une restructuration payante de notre service commercial

Une politique commerciale orientée vers :

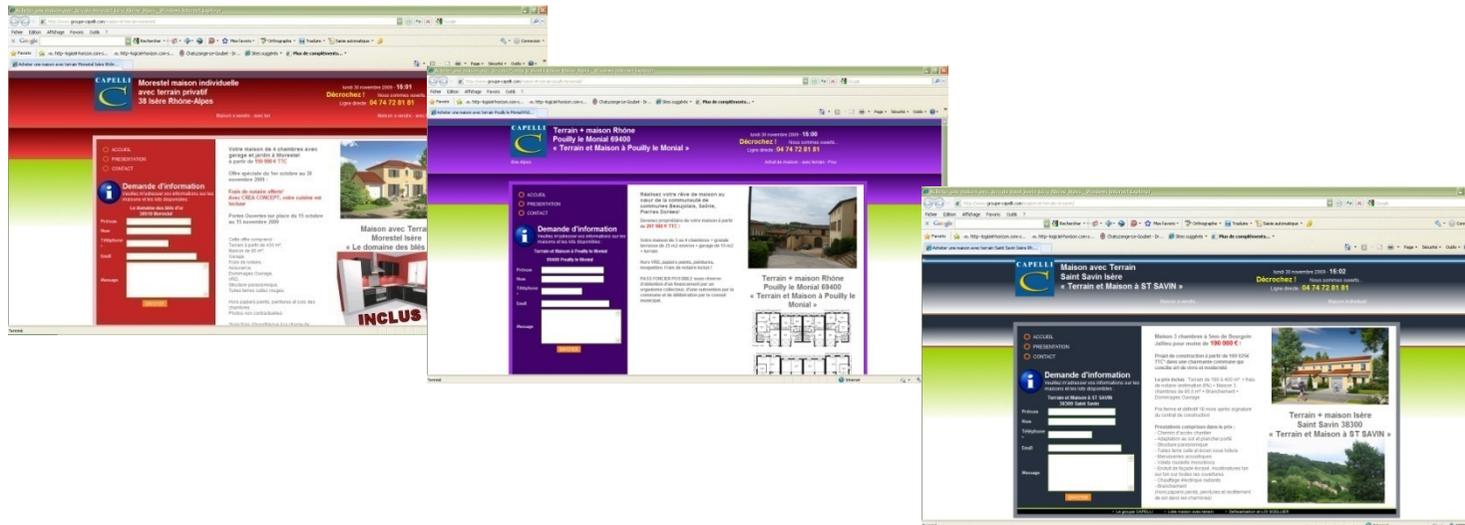
- Le **développement de nouvelles sources de prospects**,
- La mise en place de **nouveaux process de vente**,
- La montée en compétence de nos commerciaux,
- Le **renforcement des partenariats** avec des constructeurs de maisons individuelles,
- Le **lobbying auprès des mairies** pour une adhésion au programme de "La maison à 15€ par jour"...

Bilan : Un taux de transformation des prospects largement supérieur à celui du marché, un taux d'annulation totalement maîtrisé, le recrutement de nouveaux commerciaux pour répondre à une augmentation de la demande.

Un marketing offensif qui a fait ses preuves...

...notamment sur le net :

- Travail important sur l'acquisition de **Leads internet** (prospect qualifié) et sur le positionnement de l'offre Capelli dans les moteurs de recherche
- Création de **sites Internet dédiés pour améliorer la visibilité** de l'offre



Un marketing offensif qui a fait ses preuves...

Et pour la première fois en TV !



Campagne du 2 au 17 décembre sur France 3 Rhône-Alpes Auvergne – 19H25 avant le journal national

Pavé vidéo sur les sites de France 2 et France 3 – géolocalisation Rhône-Alpes

Un marketing offensif qui a fait ses preuves

- Campagnes de marketing **intensives et ciblées**

Terrain + Maison
à partir de :

738 € / mois*

MORESTEL

Frais de notaire offerts !
Avec CREA CONCEPT,
la cuisine est incluse !**

04 74 72 81 81
www.groupe-capelli.com

CAPELLI CRÉDIT FONCIER CREA

* conditions au dos

** hors frais d'acte notarié à la charge de l'acquéreur

CREA Concept est une marque de CAPELLI CRÉDIT FONCIER au capital social de 200 000 000 €

RARE !

LES 2 ALPES "Les Lys" TERRAINS A BATIR

ACCES AUX PISTES

TVA 5,5% SUR LA MAISON

Contactez nous : 04 74 72 81 81
www.groupe-capelli.com

CAPELLI

Libre choix de constructeur
A.L. obtenu
1ère phase de travaux achevée

CAPELLI CRÉDIT FONCIER CREA

* conditions au dos

** hors frais d'acte notarié à la charge de l'acquéreur

CREA Concept est une marque de CAPELLI CRÉDIT FONCIER au capital social de 200 000 000 €

EXCEPTIONNEL & RARISSIME DANS LA REGION !

VOTRE TERRAIN ET MAISON à Fitiellieu

554 € / mois*
pour
Avec 0€ d'apport !

TVA 5,5% SUR LA MAISON

NOMBRE DE DOSSIERS LIMITÉS

LIBRE CHOIX CONSTRUCTEUR

08 1000 22 22
PRIX APPEL LOCAL

CAPELLI

propriétaire de ma maison pour 15 euros par jour.

* conditions au dos

** hors frais d'acte notarié à la charge de l'acquéreur

CREA Concept est une marque de CAPELLI CRÉDIT FONCIER au capital social de 200 000 000 €

CONFRANCON

Terrain + Maison
à partir de :

149 990 € TTC*

**Avec CREA CONCEPT,
la cuisine est incluse !**

04 74 72 81 81
www.groupe-capelli.com

CAPELLI

Libre choix de constructeur
A.L. obtenu
1ère phase de travaux achevée

CAPELLI CRÉDIT FONCIER CREA

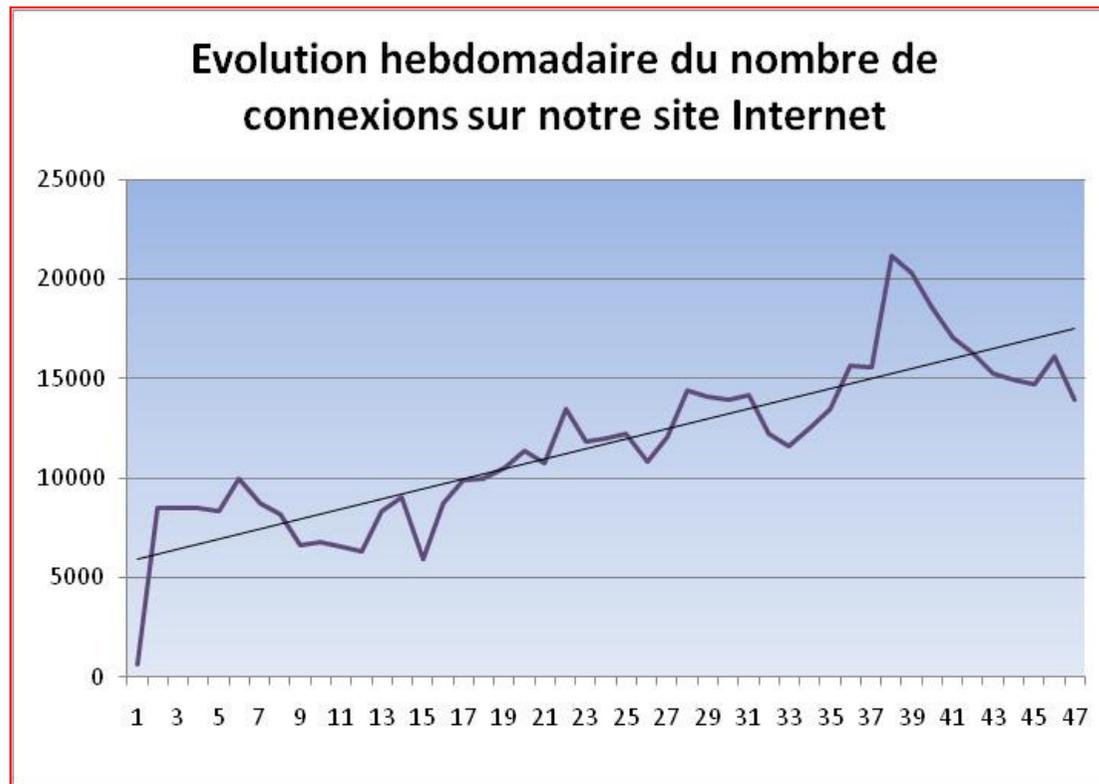
* conditions au dos

** hors frais d'acte notarié à la charge de l'acquéreur

CREA Concept est une marque de CAPELLI CRÉDIT FONCIER au capital social de 200 000 000 €

Un marketing offensif qui a fait ses preuves

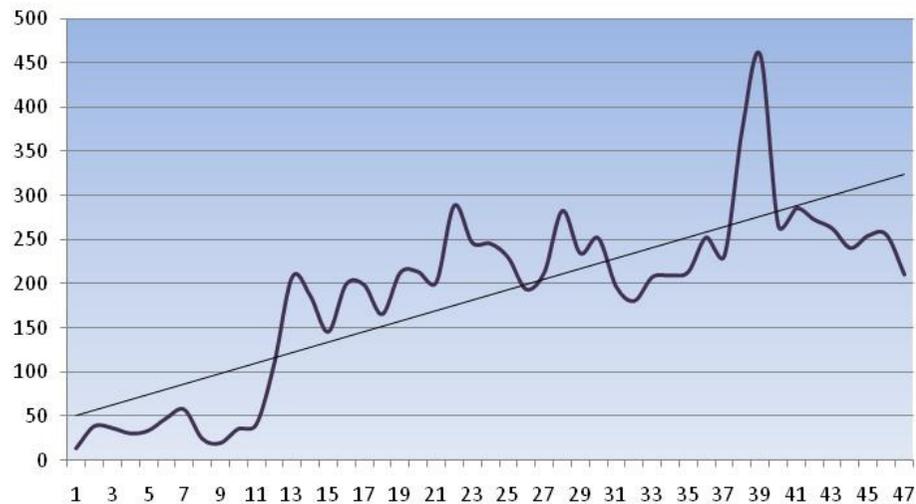
- Grâce à un référencement optimisé, le nombre de visiteurs sur le site ne cesse de croître.
- En 2009, www.groupe-capelli.com a enregistré plus de **550 000 visites**.



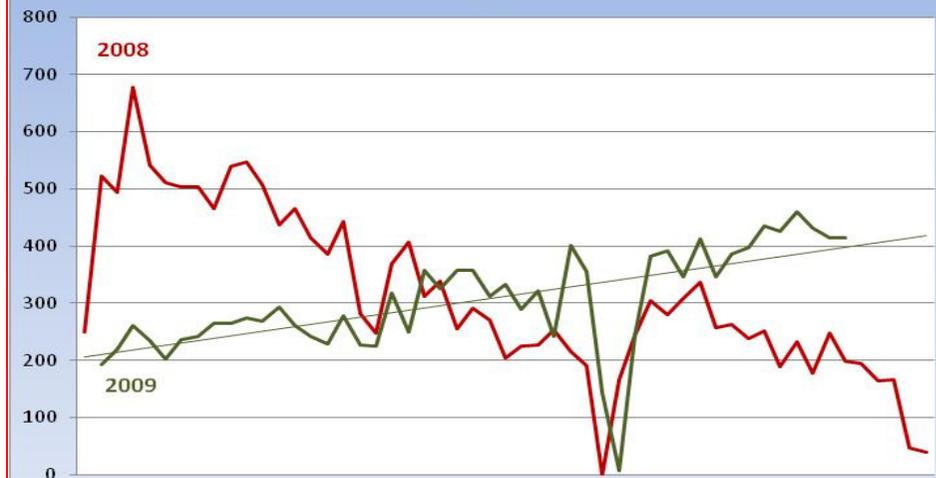
Un marketing offensif qui a fait ses preuves

- Le volume d'appels entrants est depuis mi mai **supérieur à celui de l'année dernière** et ne cesse de progresser.

Evolution hebdomadaire du volume de prospects issus de notre site Internet

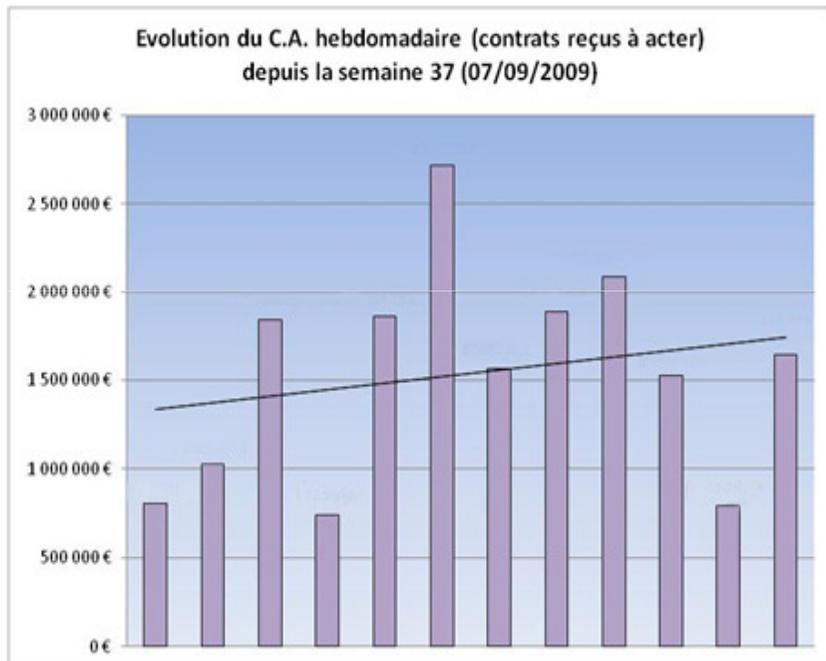


Evolution des appels en conversation depuis le 1er janvier 2008



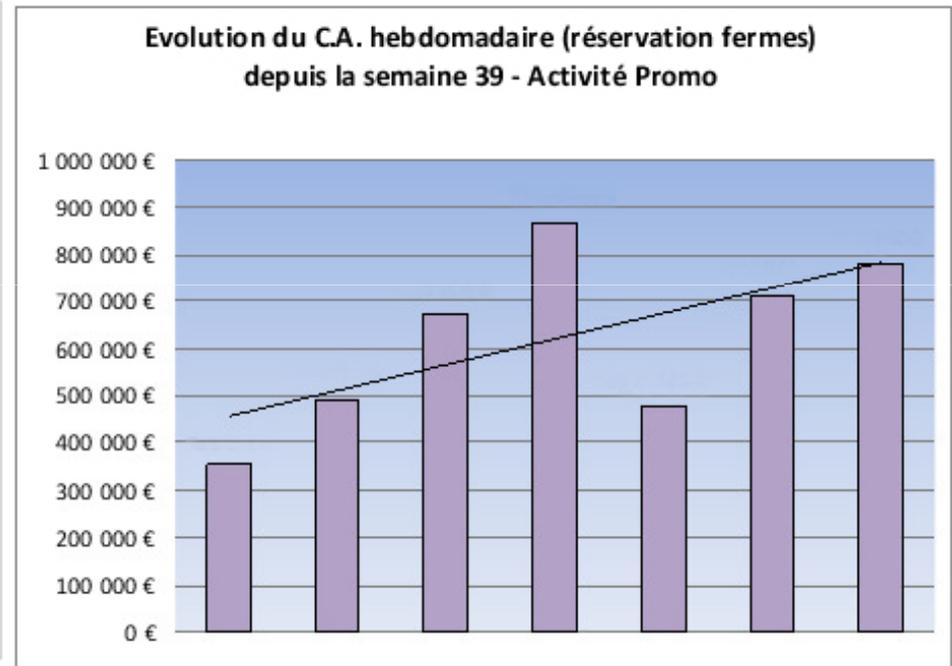
Tendances récentes de commercialisation (chiffres hebdomadaires)

■ Activité lotissement



Moyenne hebdomadaire : 1 401 K€ HT

■ Activité promotion



Moyenne hebdomadaire : 435 K€ HT

**Moyenne hebdomadaire totale :
1 836 K€ HT**

Un marketing offensif qui a fait ses preuves

■ Vif succès de la Maison de Ville



Rillieux Vancia (69)
Programme de
9 maisons individuelles



Lozanne (69),
Programme de
8 maisons
individuelles

Niévroz (01)
Programme de
13 maisons individuelles



Une dynamique commerciale confirmée par des réservations en hausse de 27% à fin octobre

- Lots réservés et actés

	30 juin 2008	15 juin 2009	31 octobre 2008	31 octobre 2009
Aménagement / lotissement	41,2	31,7	44,5	51,9
Promotion	13,9	15,6	11,6	19,3
Cumul	55,1	47,3	56,1	71,2

- + **16%** pour l'activité Lotissement par rapport au 31 octobre 2008
- + **67%** pour l'activité Promotion par rapport au 31 octobre 2008

En conclusion : nos atouts

- Succès du repositionnement prix / produit amorcé en 2008
- Dynamique forte de développement (innovation, marketing, packaging des différentes offres, ...)
- Forte réactivité : requalification, politique de géolocalisation, ...
- Un acteur bien positionné pour profiter à plein du redressement du marché constaté depuis mars par l'ensemble des acteurs du marché (affaiblissement d'autres acteurs de plus petite taille)
- Des opportunités à saisir : pénurie, locatif, défiscalisation, maisons BBC...
- Une situation financière assainie (génération de cash, déstockage, ...)



Rappel de nos objectifs pour 2009/2010

- Travail important sur les stocks :
 - Liquidation des stocks anciens
 - Politique de géolocalisation des nouveaux produits
- Poursuite du désendettement pour revenir à un gearing < à 1
- Chiffre d'affaires de l'ordre de 50 M€ attendu sur l'exercice
- Effet en année pleine du plan d'économies
- Un retour à l'équilibre dès le second semestre 2009/2010