

— Groupe —  
**PROMÉO**

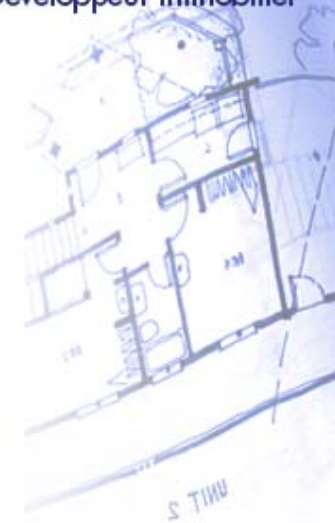
Développeur immobilier

# Introduction en bourse

15 novembre 2005

# Sommaire

- Une offre innovante au carrefour des marchés de l'immobilier et des loisirs
- Des marchés à différents stades de maturité
- Des avantages concurrentiels décisifs
- Proméo en chiffres
- Des perspectives de développement prometteuses
- L'introduction en bourse



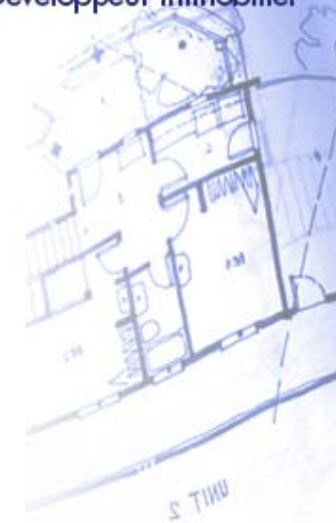
— Groupe —  
**PROMÉO**

Développeur immobilier

**Une offre innovante  
au carrefour des marchés  
de l'immobilier et des loisirs**

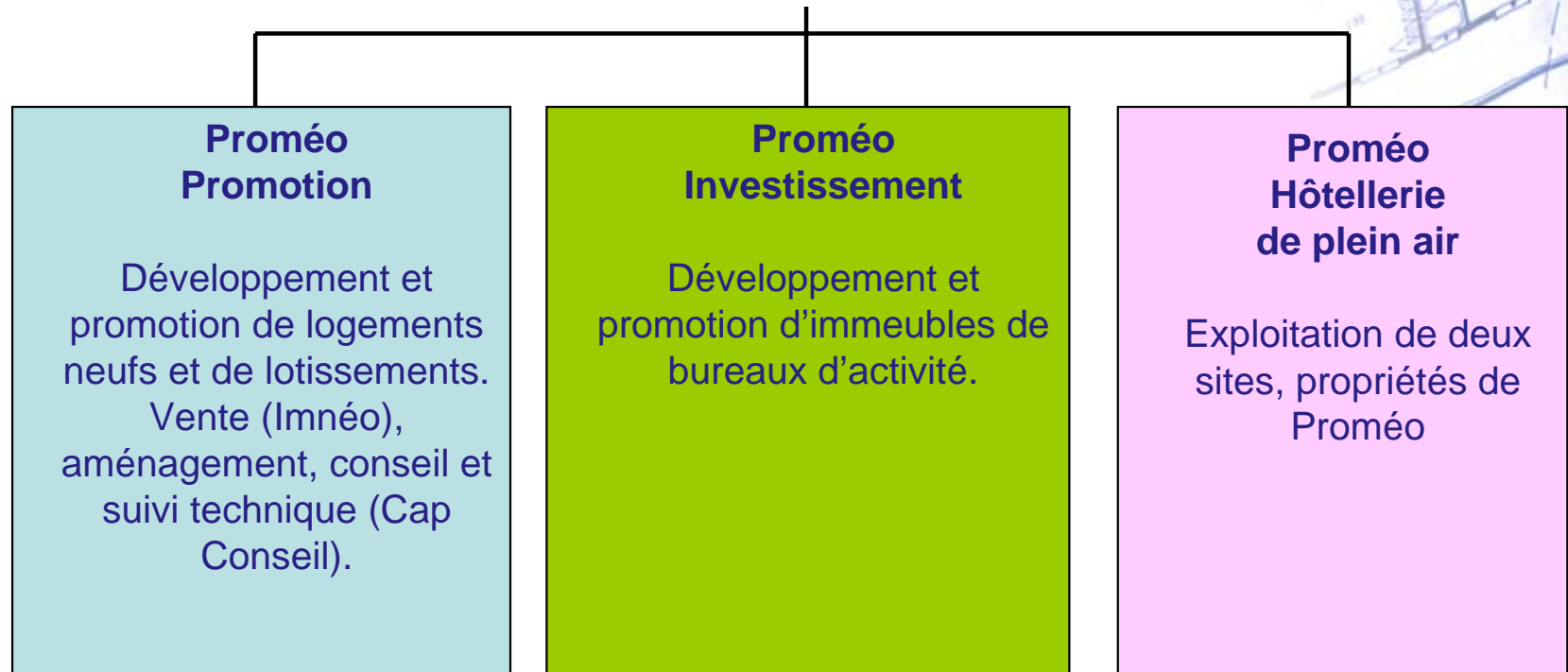
Introduction en bourse - *Novembre 2005*

# La référence immobilière de l'arc méditerranéen



- **Le seul acteur présent sur les trois marchés** de la promotion, de l'investissement patrimonial et de l'hôtellerie de plein air
- **Promotion** : plus de 6 000 logements réalisés
- **Investissement** : 18.000 m<sup>2</sup> de bureaux d'activités en patrimoine
- **Hôtellerie de plein air** : une capacité d'accueil de 70.000 personnes
- 28 ans de développement dynamique et régulier

## ■ Une organisation en 3 pôles



# Promotion et Investissement

Lille / Bailleul (nord)



Le Mans (Sarthe)



Villeneuve les Béziers (Hérault)



Dax (Landes)



Narbonne (Aude)

Calvisson  
(Gard)



Pantin (Seine Saint Denis)



Béziers (Hérault)



Sète (Hérault)



Menton (Alpes-Maritimes)



Nice  
(Alpes-Maritimes)

# Hôtellerie de plein air

Deux sites d'exception 4 étoiles

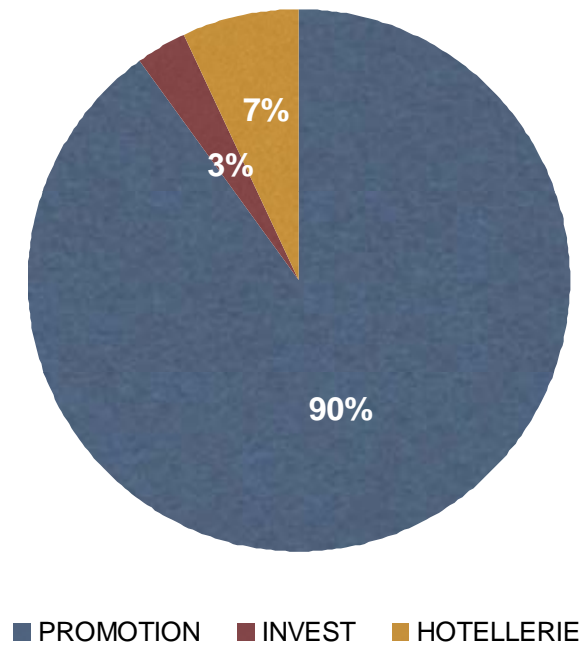
## Un concept global de "vacances club"

- Une offre de service complète
- Un hébergement diversifié de qualité
- Un environnement naturel et protégé

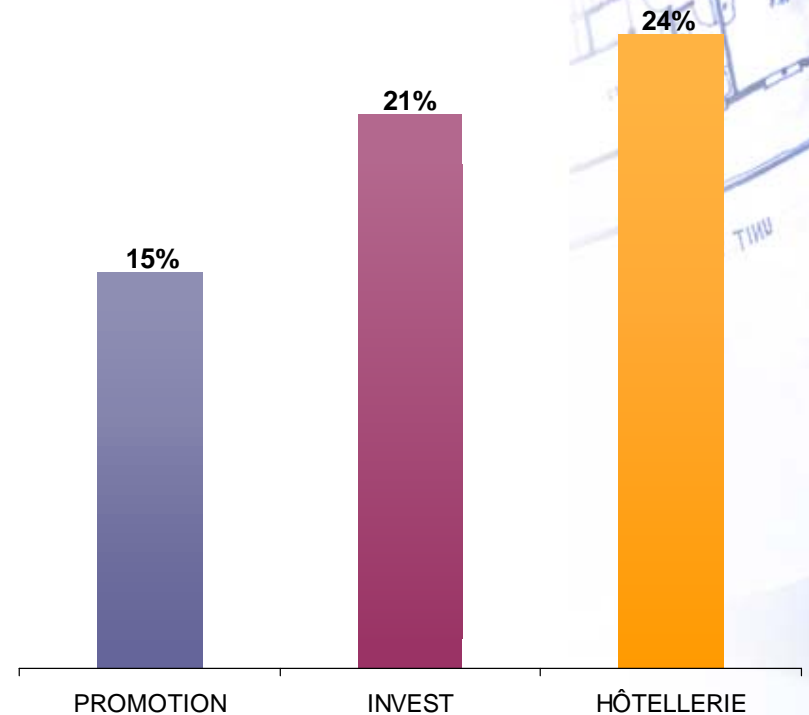


# Chiffre d'affaires et REX par activité en 2004

Répartition du chiffre d'affaires  
(en %)



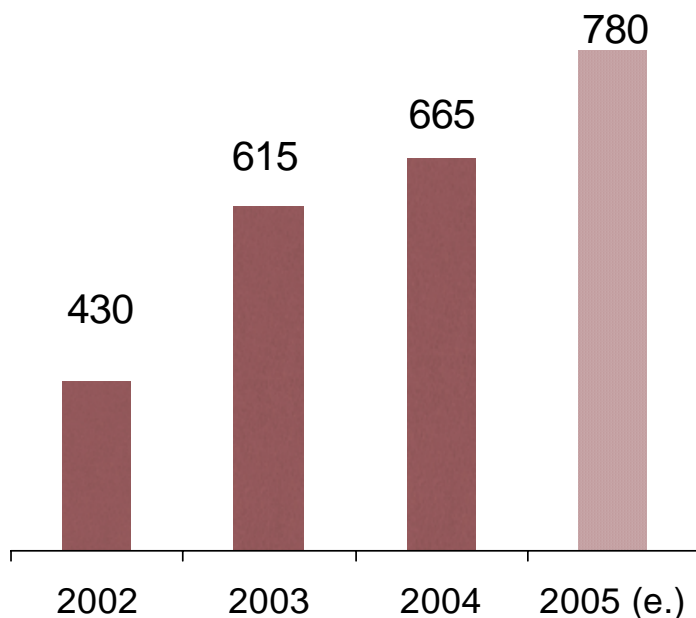
Résultat d'exploitation  
(en % du CA)



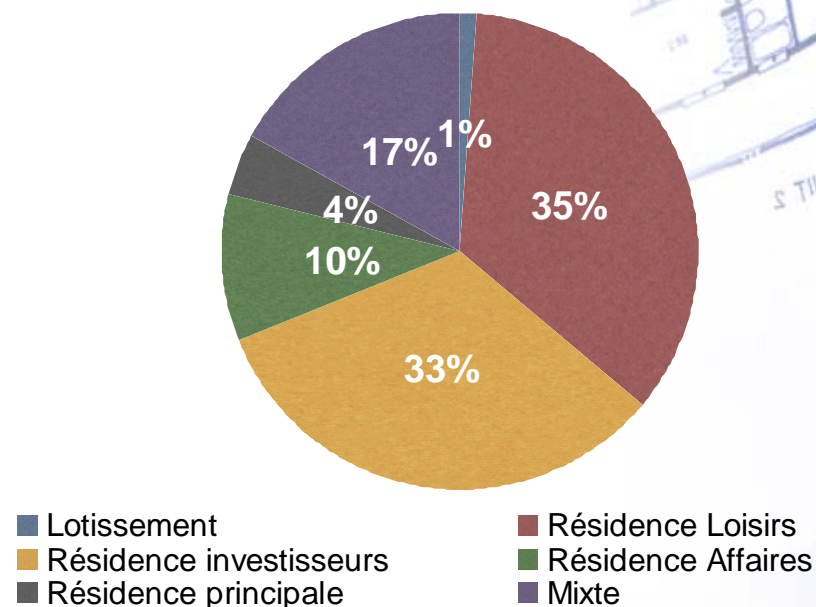
# Promotion immobilière

## L'activité historique

**Evolution des réservations nettes**  
(logements ou lots)



**Répartition des programmes en construction**  
au 30 juin 2005

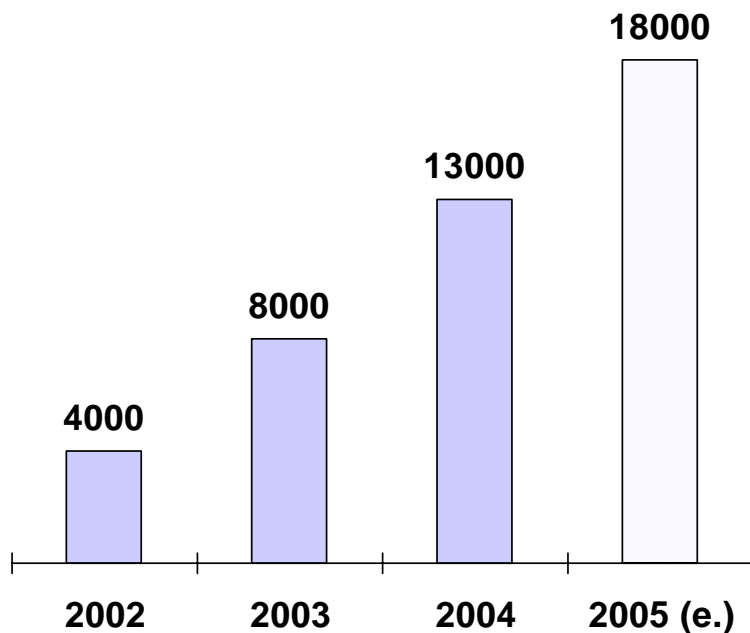


**Diversification et complémentarité de l'offre produit**  
**Développement progressif sur le territoire national**

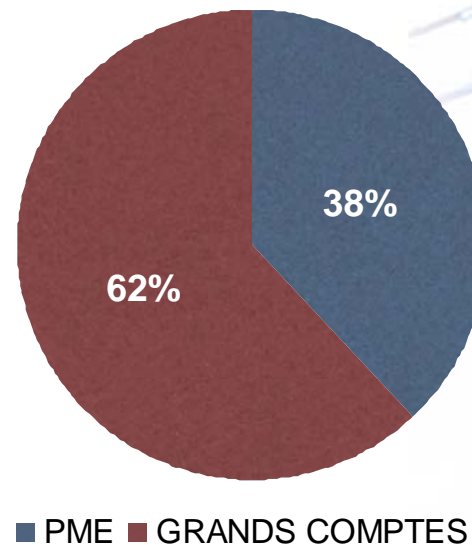
# ■ Immobilier patrimonial

## Une stratégie d'opportunités

Evolution en m<sup>2</sup> du parc locatif



Répartition par type d'occupants  
(en % du montant de loyers)

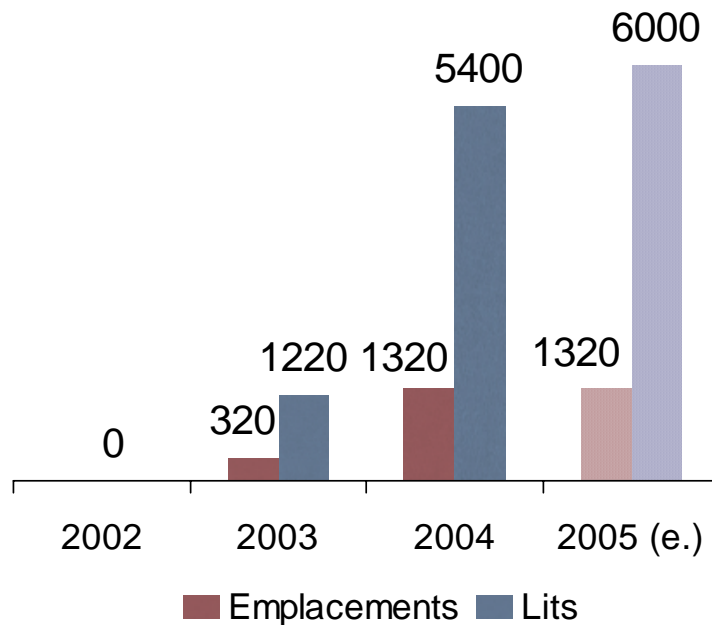


**Une rentabilité sur investissement supérieure à 13 %**

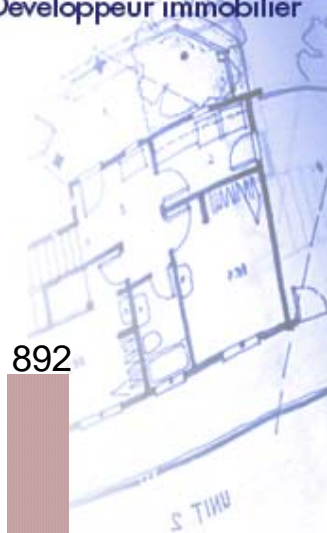
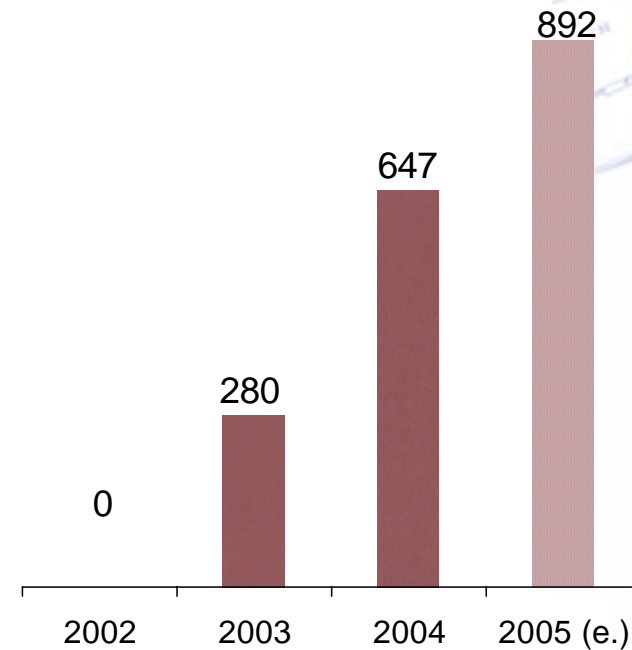
# ■ Hôtellerie de plein air

## Evolution du parc

### Emplacements et lits



### Mobil home et chalets



— Groupe —  
**PROMÉO**

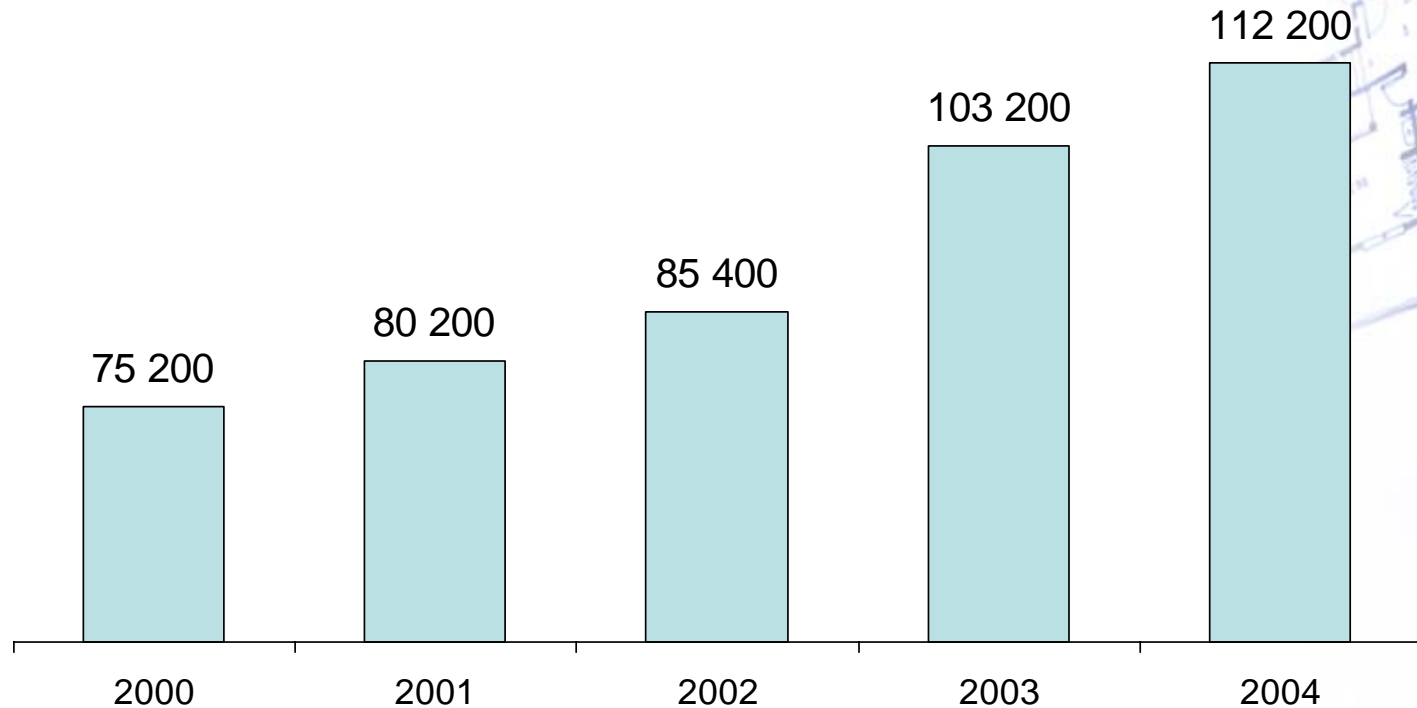
Développeur immobilier

# Des marchés à différents stades de maturité

Introduction en bourse - *Novembre 2005*

# ■ Le marché du logement neuf

Vente de logements neufs 2000-2004 (\*)



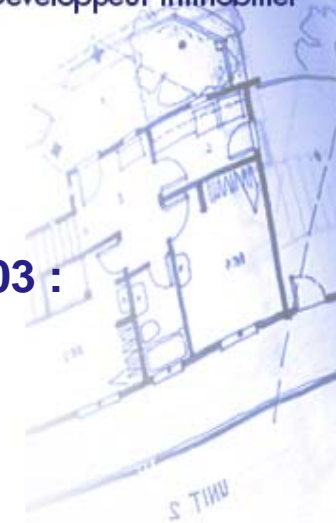
(\*) Logements collectifs et maisons « groupés » hors maisons individuelles

Source : Fédération Promoteurs Constructeurs juil/août 2005

## ■ Le marché du logement neuf

- **Les éléments moteurs :**
  - Une forte aspiration des français à être propriétaire
  - Des taux d'intérêt attractifs
  - Des crédits dont la durée s'allonge significativement
  - Un cadre fiscal particulièrement incitatif (statut de loueur de meublé, loi Demessine, loi de Robien)
  - Le Languedoc Roussillon connaît le plus fort taux de croissance de la population sur les 5 dernières années
  
- **Un marché atomisé**

# Le marché de l'immobilier d'entreprise



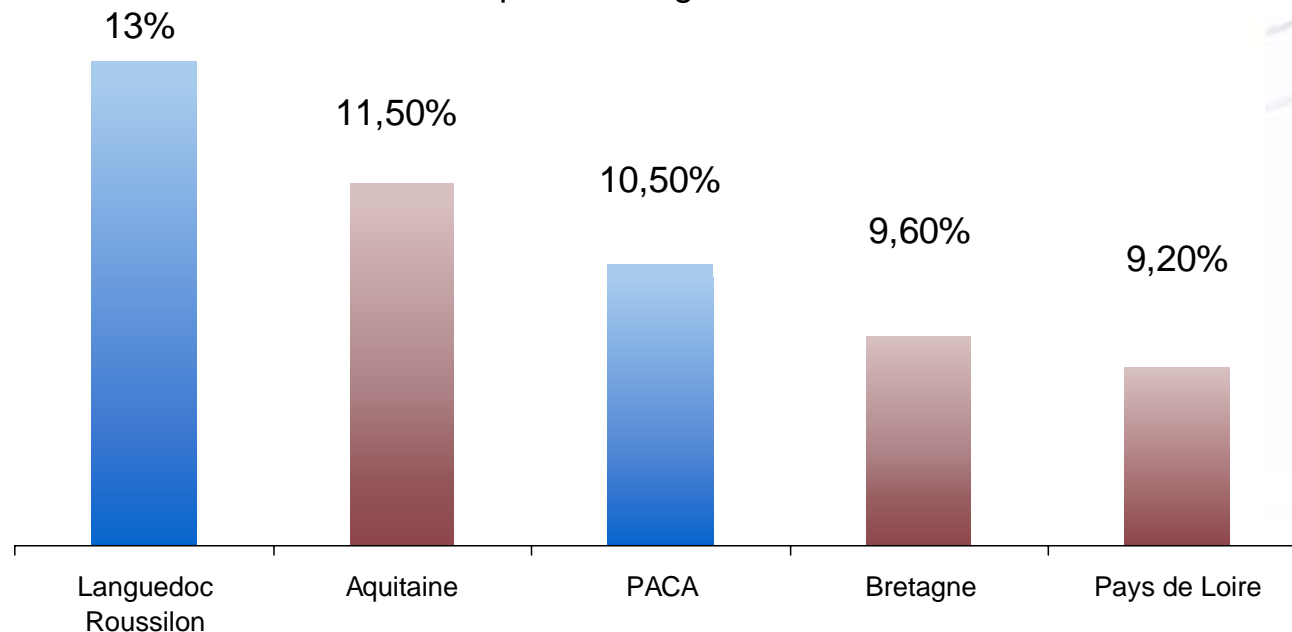
- **Un processus de redressement graduel sur le marché de la transaction de bureaux depuis fin 2003 : + 12,8% en 2004**
- **2004 : année record en investissements en immobilier d'entreprise, + 25%**
- **Depuis début 2005, un tassement des stocks disponibles dû à l'augmentation de la demande placée**

Source : CBRE Bourdais

# ■ Le marché de l'hôtellerie de plein air

- **La France**  
2<sup>ème</sup> parc de l'hôtellerie de plein air au monde
- **Le Languedoc Roussillon**  
1<sup>er</sup> parc de l'hôtellerie de plein air en France

Répartition régionale de l'offre



Sources : INSEE 2004, Direction du tourisme, partenaires régionaux (DRT, CRT, CDT)

## ■ Le marché de l'hôtellerie de plein air

### Caractéristiques :

- Une marché porteur qui se substitue à l'hôtellerie traditionnelle et à la location de logements de tourisme
- Des mutations profondes : recherche d'une qualité de service optimale et montée en gamme de l'offre
- Une offre atomisée et limitée en nombre de sites et d'emplacements
- Des chaînes commerciales commencent à apparaître

— Groupe —  
**PROMÉO**

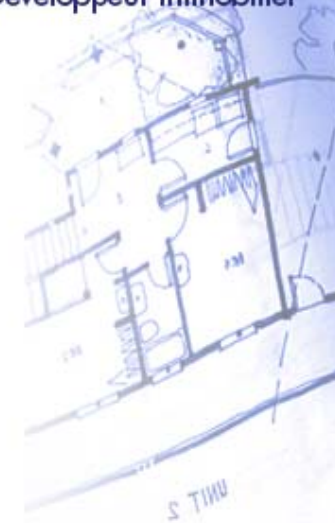
Développeur immobilier

# Des avantages concurrentiels décisifs

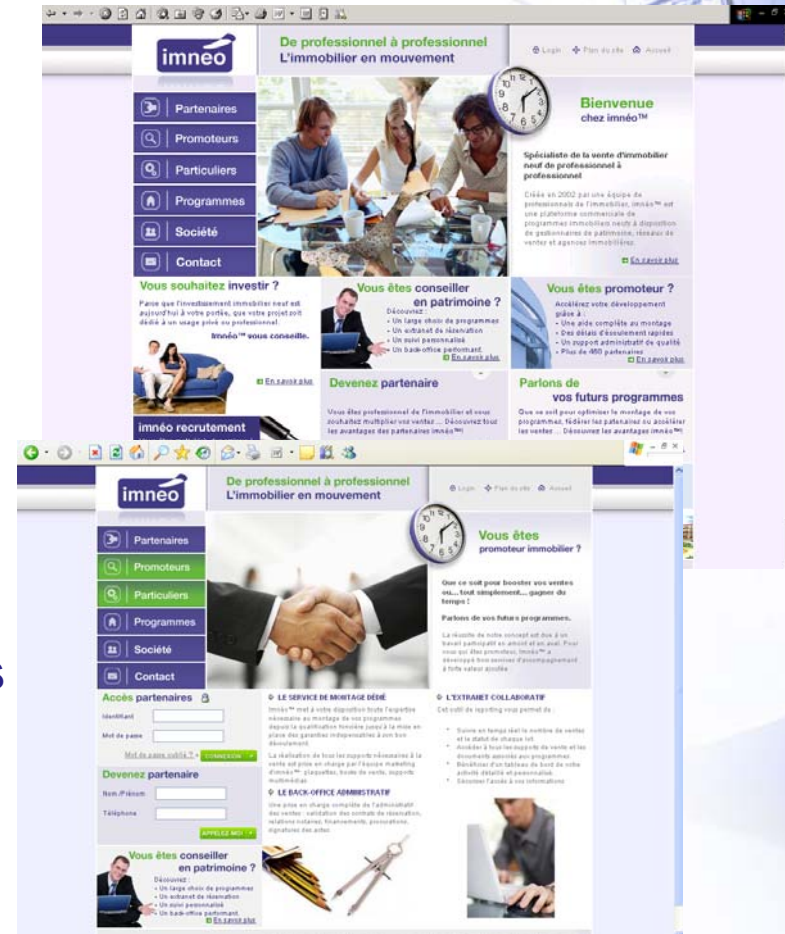
Introduction en bourse - *Novembre 2005*

## ■ Nos points forts

- Une forte présence sur les 3 métiers du groupe dans une région porteuse et dynamique : l'arc méditerranéen
- Un positionnement « middle market »
- Une force commerciale autonome : Imnéo



- La plate-forme de commercialisation de Proméo et d'autres promoteurs
- 450 partenaires commerciaux en France et à l'international
- L'internet au cœur du processus commercial B to B



# Un outil d'aide à la décision performant

→ Pilotage des ventes et du stock en temps réel

Utilisateurs	Tableau de Bord	Mouvements	Statistiques	AD. Utilisateur	AD. Opération	AD. Documents						
Synthèse Innéo												
Traces	Grille de prix	Lancement	Acte	Résa.	Faxé/ Swift	Annonce	Option	Allote.	Stock	Total		
NARBONNE	Le Carnot	11/10/2005	:: SR	0	8	3	11	8	14	4	<b>48</b>	
BAILLEUL	Le Mont des Flandres	27/09/2005	:: SR	0	23	2	6	11	42	51	<b>135</b>	
TARBES	Le Clauzier	06/09/2005	:: SR	0	41	1	9	4	3	0	<b>58</b>	
SETE	Le Grand Large	22/07/2005	:: SR	0	15	1	9	7	7	5	<b>44</b>	
PINET	Le Hameau d'Albert	23/06/2005	:: SR	0	6	1	0	3	8	8	<b>26</b>	
CALVISSON	Domaine le Mas des Vignes (Q-Hôtelier)	16/06/2005	:: SR	0	29	2	19	0	16	32	<b>98</b>	
LEZIGNAN CORBIERES	Les Fauvettes	29/04/2005	:: SR	0	12	0	0	1	7	2	<b>22</b>	
LE MANS	Le Sarthois	28/04/2005	:: SR	8	85	2	3	0	3	0	<b>101</b>	
AGDE	Villa Cézanne	29/03/2005	:: SR	51	42	0	4	1	2	0	<b>100</b>	
ALES	Le Quai des Arts	24/02/2005	:: SR	0	51	0	0	0	8	0	<b>59</b>	
VILLENEUVE LES BEZIERS	Le Capitole	17/02/2005	:: SR	7	12	0	0	0	7	0	<b>26</b>	
NARBONNE	Le Clos des Poètes	17/02/2005	:: SR	36	20	0	1	0	2	1	<b>60</b>	
IVRY	Park Avenir	10/02/2005	:: SR	7	105	0	0	0	1	0	<b>113</b>	
DAX	Les Jardins de l'Atlantique	16/12/2004	:: SR	21	10	0	1	0	4	1	<b>37</b>	
PORT LEUCATE	Les Mas de la Plage (T2)	28/10/2004	:: SR	1	5	0	0	0	1	0	<b>7</b>	
NARBONNE	Le Clos de la Vigneraie	19/10/2004	:: SR	57	12	0	1	0	0	0	<b>70</b>	
NICE	Le Rive Droite	24/08/2004	:: SR	40	2	0	0	0	0	0	<b>42</b>	
MARSEILLAN	Le Domaine de la Pinède	24/08/2004	:: SR	31	6	0	0	0	0	0	<b>37</b>	

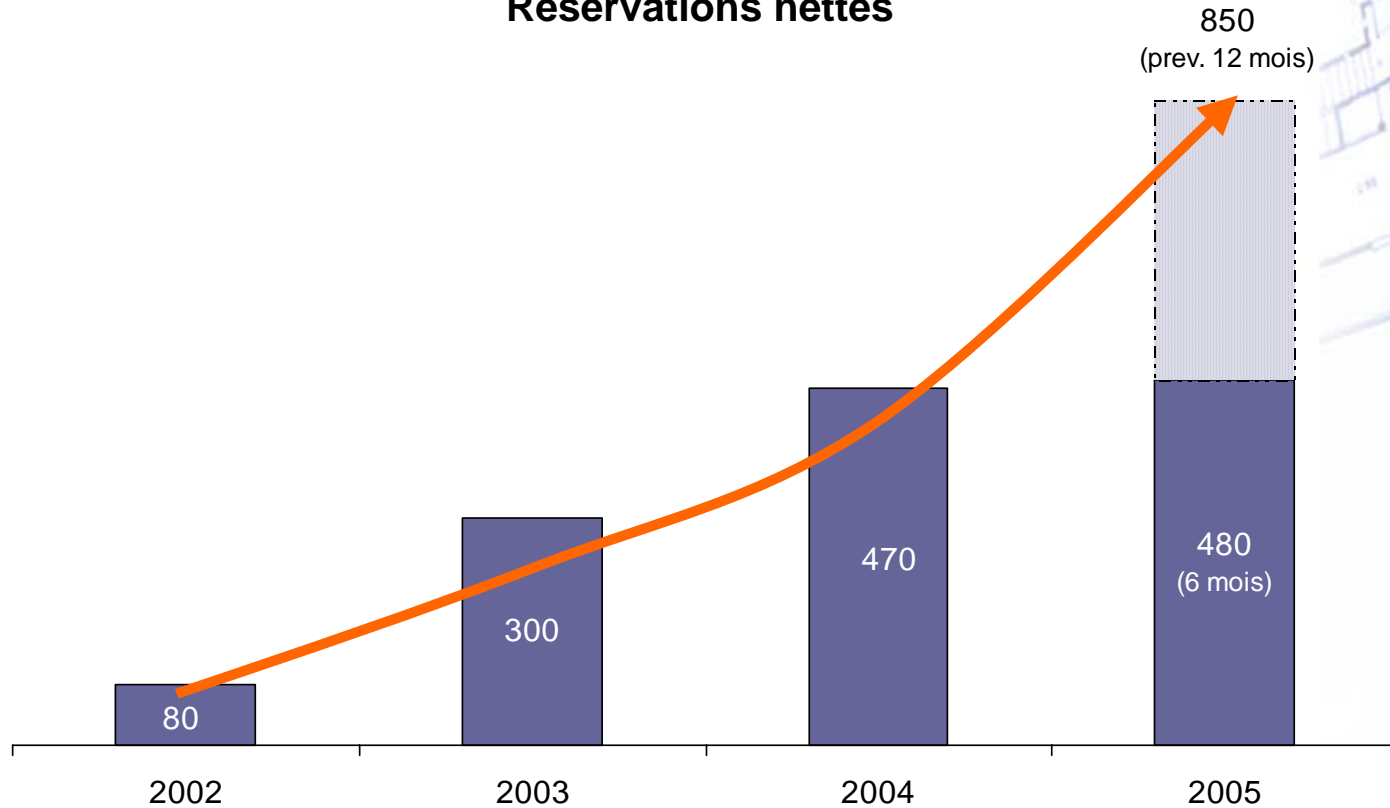
S. THOU

# ■ Un générateur de productivité

→ Réduction des délais administratifs

Villa Cézanne										
Fiche de suivi	Partenaire Client	Date Resa	Notif.	Prêt	Accord Prêt	OP Editée	OP Reçue	Proc.	Signature Proc.	Signature Prévis. AV
1	G-106	P : GARCIA Maurice C : GARAS Pierre	19/10/2005	✓						
2	A-007	P : MVI M. Gasca C : DEGLANE patrick	27/7/2005	✓	✓	✓		✓		
3	A-008	P : SANTONI Immobilier Mme Fiorentino C : MONNIER Jean Pierre	13/9/2005	✓	✓	✓	✓	✗	✗	
4	A-011	P : ADOMOS M. Rosset C : Salvi Bernard	5/7/2005	✓	✓	✓	✓	✓		02/11/2005
5	A-012	P : ADOMOS M. Rosset C : Martin Juliette	20/5/2005	✓	✓	✓		✓		
6	A-017	P : AASE Texmo C : SANDUEN HAAKON KRONSTAD	2/8/2005	✓	✗	✗	✗	✗		
7	A-018	P : OSEA M. Taponard C : Gumery Marc	7/4/2005	✓	✓	✓	✓	✓		
8	A-027	P : AASE Texmo C : KVERMO et JOHNSEN SIV et KNUT	29/9/2005		✗	✗	✗	✗		
9	A-028	P : CNAF Mme Tardieu C : THOMAZO Bernard et Annie	8/9/2005	✓	✓	✓	✓	✓		

### Réservations nettes



# Imnéo

## Accélérateur de développement du groupe Proméo

Groupe  
**PROMÉO**  
Développeur immobilier



- **Une forte autonomie en matière de commercialisation**
- **450 partenaires en France et à l'étranger**
- **Une capacité à vendre des produits de loisirs, d'investissement et des résidences principales**

— Groupe —  
**PROMÉO**

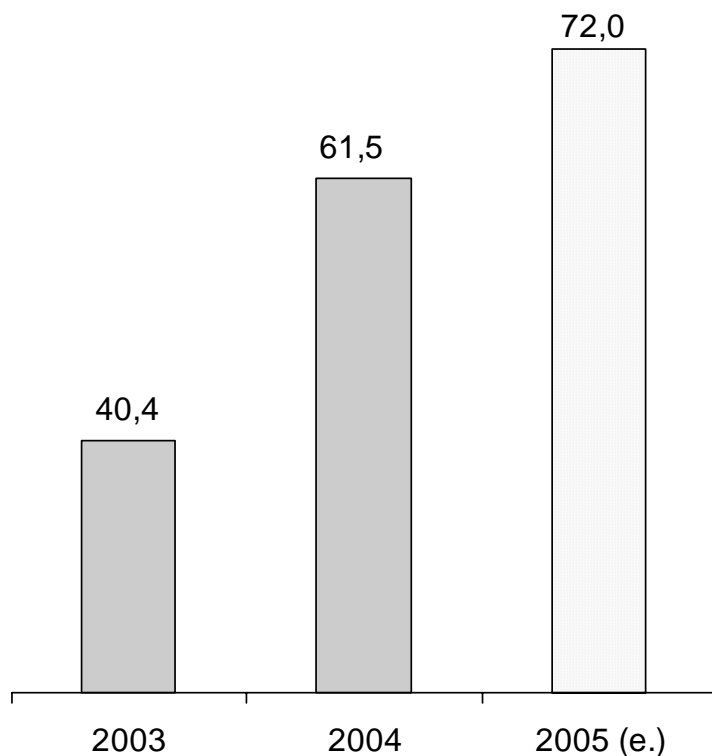
Développeur immobilier

# Proméo en chiffres

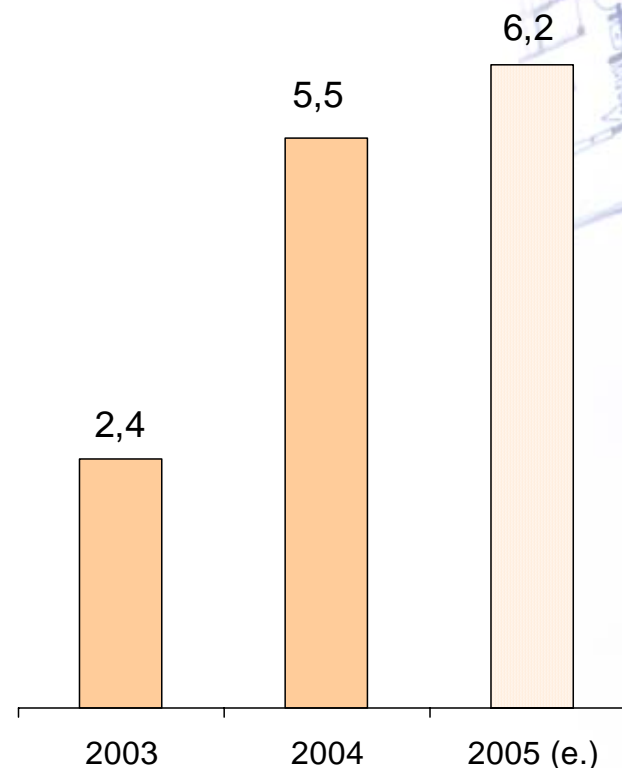
Introduction en bourse - *Novembre 2005*

# Un développement dynamique et régulier

**Chiffre d'affaires**  
(en M€)



**Résultat net part du groupe**  
(en M€)



# 1er semestre 2005

## Des performances solides

(En millions d'€)	31/12/2004 (12 mois)	30/06/2005 (6 mois *)	30/06/2005 (6 mois hors HPA)
<b>Chiffre d'affaires net</b>	<b>61,5</b>	<b>38,4</b>	<b>38,1</b>
<b>EBITDA</b> <i>% du chiffre d'affaires</i>	<b>11,1</b> 18,0%	<b>4,9</b> 12,7%	<b>6,1</b> 16%
<b>Résultat d'exploitation</b> <i>% du chiffre d'affaires</i>	<b>10,0</b> 16,2%	<b>4,1</b> 10,6%	<b>5,8</b> 15,2%
<b>Résultat courant</b> <i>% du chiffre d'affaires</i>	<b>9,0</b> 14,6%	<b>3,5</b> 9,1%	<b>5,4</b> 14,2%
<b>Résultat net consolidé</b> <i>% du chiffre d'affaires</i>	<b>5,5</b> 8,9%	<b>2,0*</b> 5,2%	<b>3,3</b> 8,7%

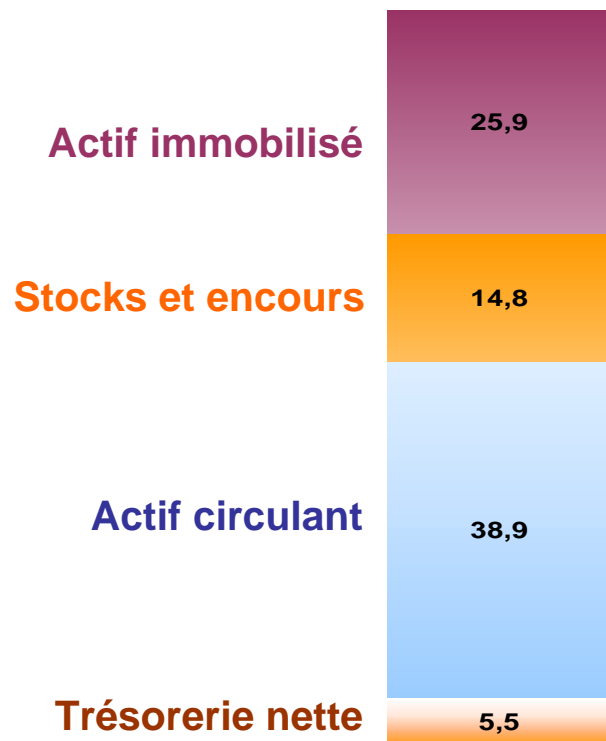
(\*) Effet de saisonnalité sur le 1er semestre lié à l'activité hôtellerie de plein air (HPA)

# Un bilan sain et solide

Bilan consolidé  
et certifié en M€

## Actif

30/06/05



## Passif

30/06/05



— Groupe —  
**PROMÉO**

Développeur immobilier

# Des perspectives de développement prometteuses

Introduction en bourse - *Novembre 2005*

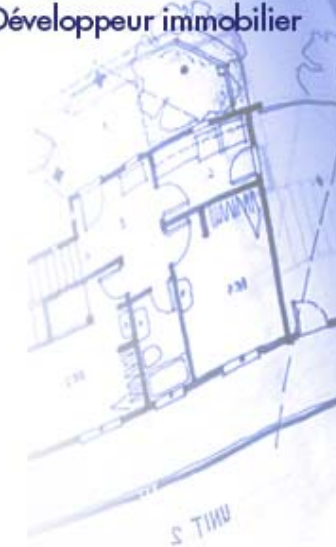
## ■ Une stratégie claire

- Conforter nos positions sur les marchés historiques (promotion immobilière et investissement)
- Devenir très rapidement le premier opérateur d'hôtellerie de plein air sur l'arc méditerranéen
- Générer des gains de productivité grâce aux synergies métiers

# Promotion immobilière

## L'assurance d'une croissance pérenne

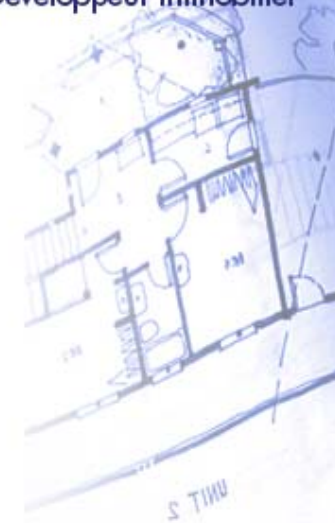
- **Objectif**  
**Doubler notre chiffre d'affaires en 5 ans**
  
- **Une réserve foncière substantielle**
  - 2,5 années de réserve
  
- **Une capacité commerciale importante**
  - 1 année de carnet de commande (baklog)



# Promotion immobilière

## Les moyens du développement

- Développement de la co-promotion
- Développement de l'activité lotissement
- Développement des filiales (Imnéo, Cap Conseil)

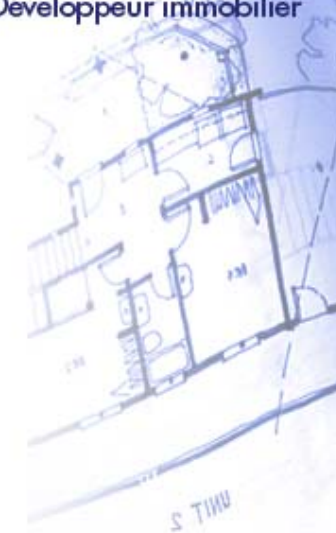


S TIKU

# Immobilier patrimonial

## Une stratégie d'opportunités

- **Objectif**  
**Un triplement du parc d'ici à 5 ans**
  
- **Caractéristiques d'investissement :**
  - Viser un retour sur investissement important supérieur à 13 %
  
  - Des acquisitions ou constructions localisées en province



# L'hôtellerie de plein air

A la conquête du marché le plus rentable

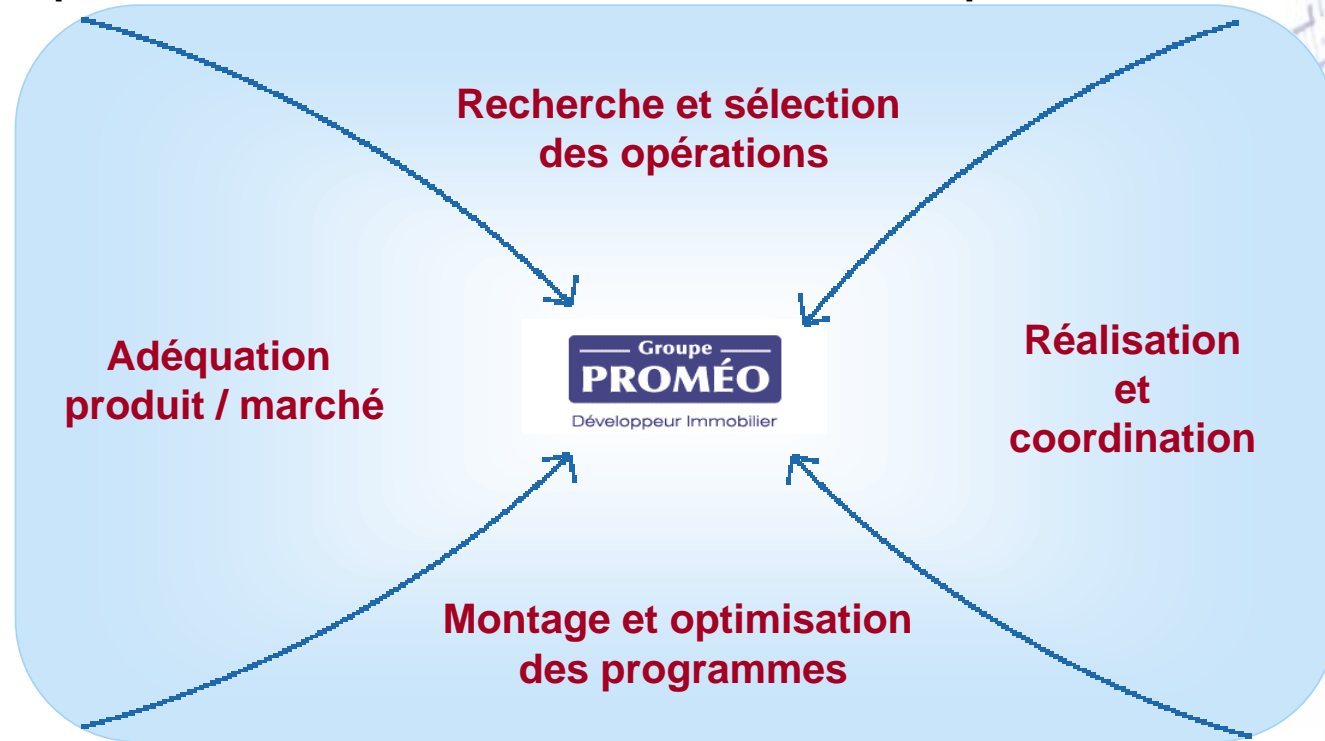
- **Objectif**  
Devenir le N°1 en hôtellerie de plein air 3, 4 étoiles sur le bassin méditerranéen
- **Un positionnement géographique du groupe idéal**
- **Un développement par croissance externe offensif**
- **Poursuite des investissements en Mobil home et chalets**



# Un système porteur de synergies fortes dans les 3 métiers

Expertise foncière

Expertise de bâtisseur

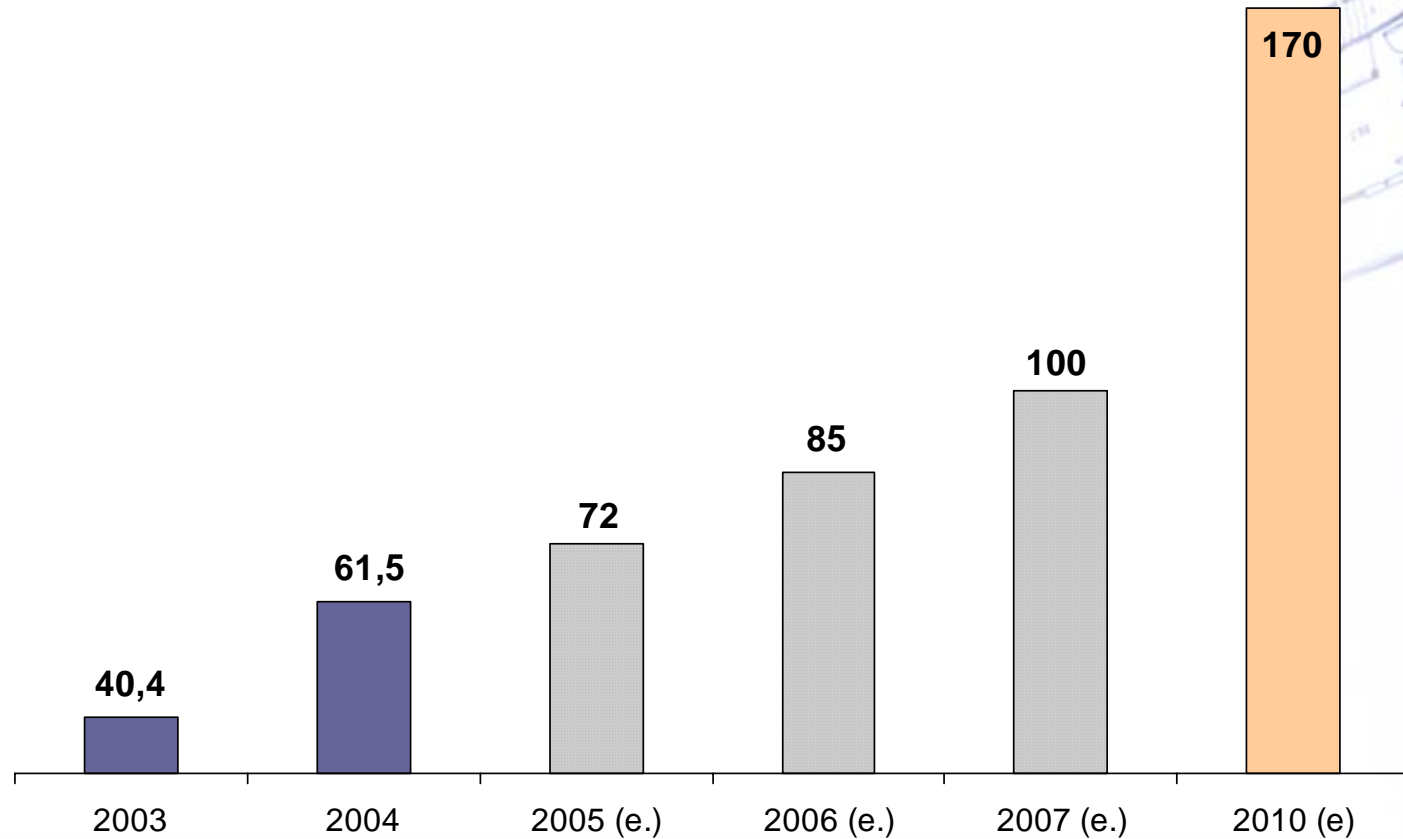


Expertise commerciale

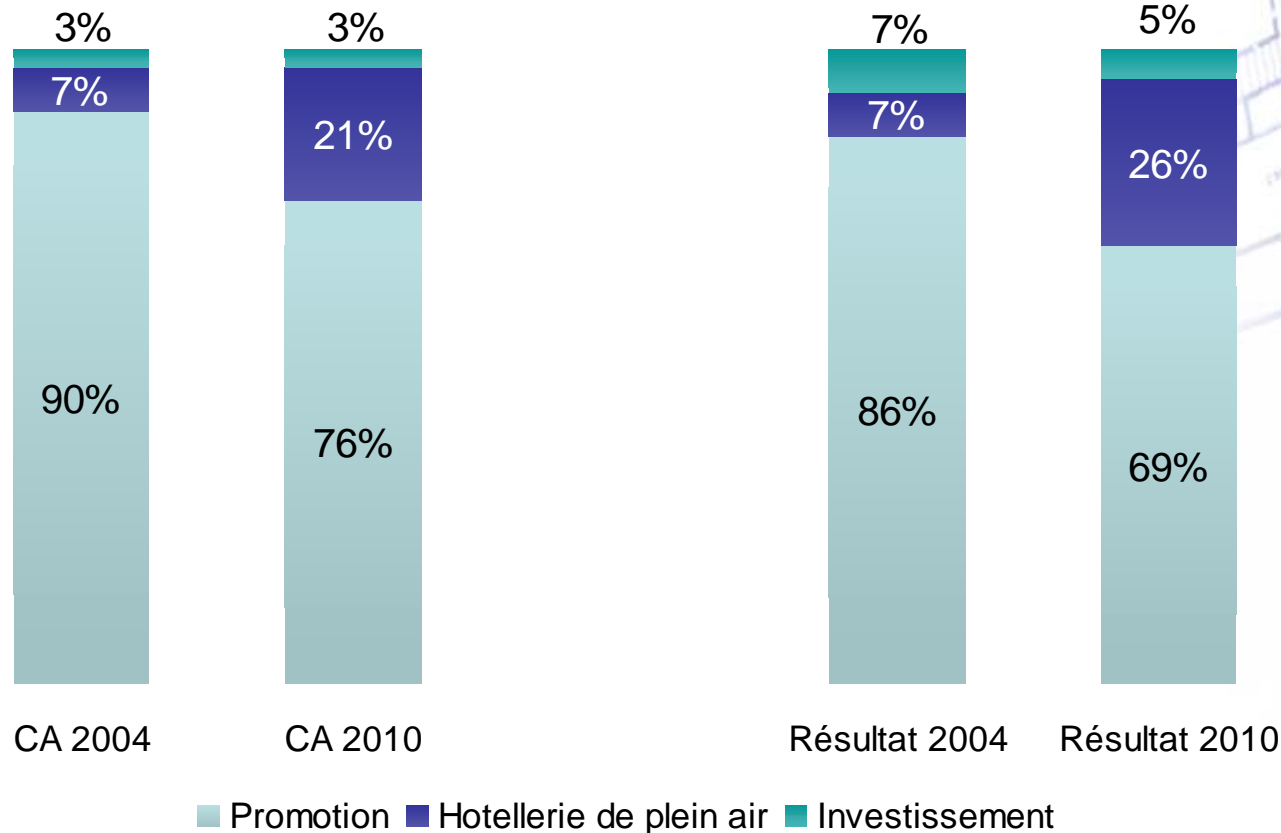
Expertise technique

## ■ Le business plan

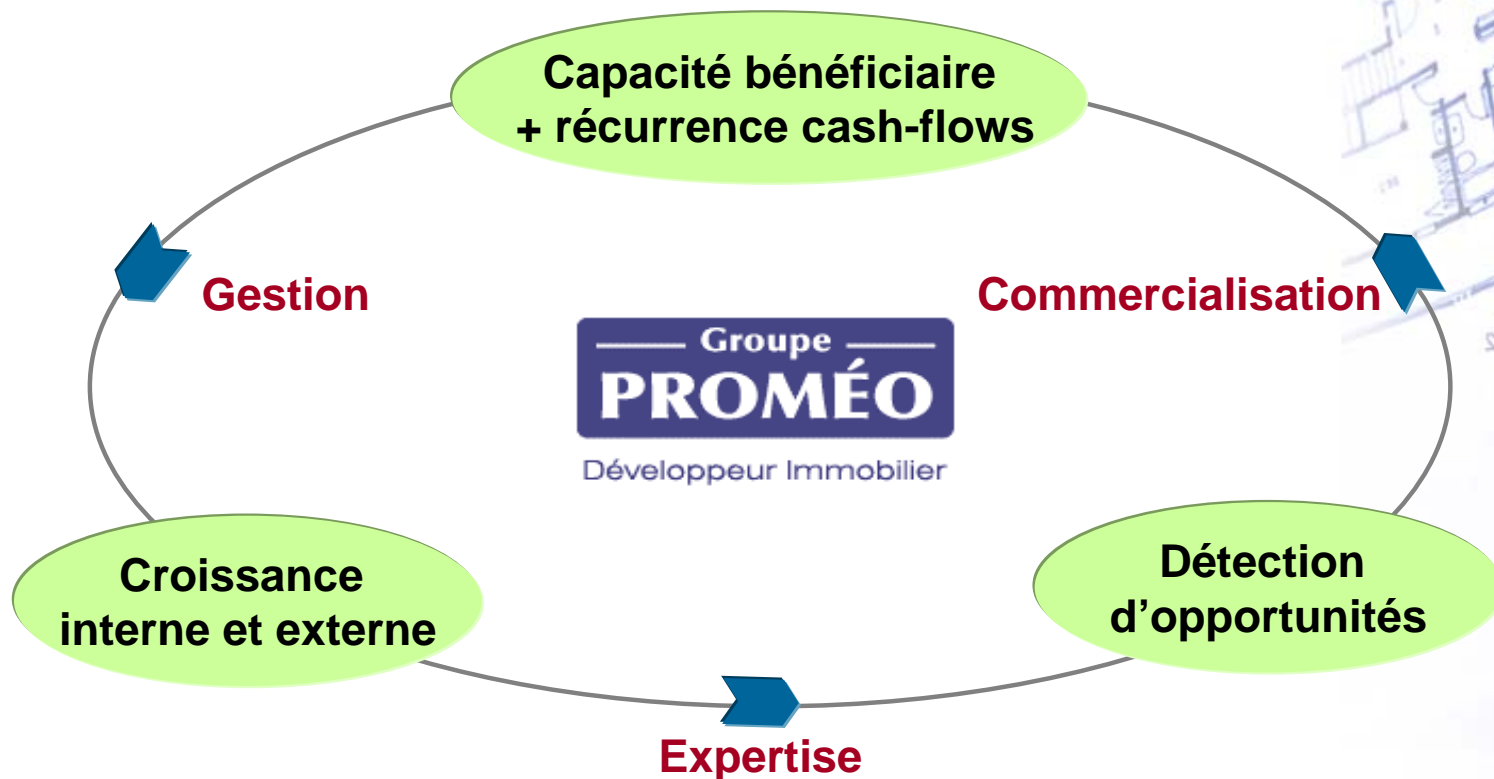
Chiffre d'affaires en M€



# Une part croissante de l'hôtellerie de plein air

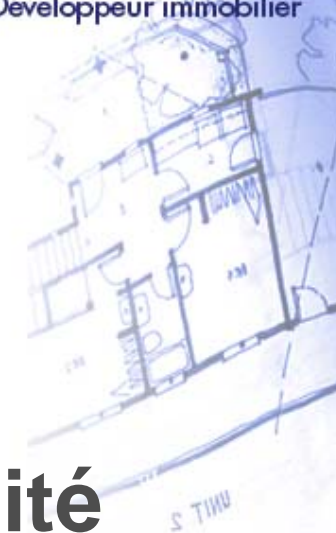


# ■ Un modèle économique vertueux



## ■ En conclusion

**Concilier croissance, rentabilité  
et valeur patrimoniale**



— Groupe —  
**PROMÉO**

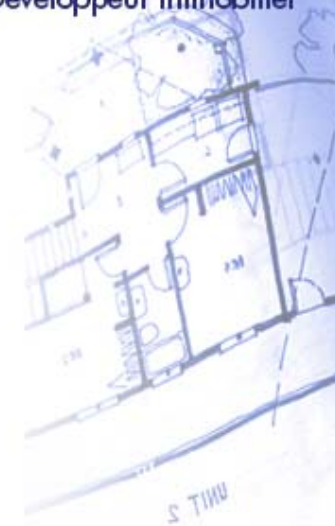
Développeur immobilier

# L'introduction en Bourse

Introduction en bourse - *Novembre 2005*

## ■ Les raisons de l'introduction

- Financer le développement de l'activité hôtellerie de plein air
- Accroître les fonds propres nécessaires au développement de la promotion et de l'investissement
- Accroître la notoriété du Groupe Proméo



— Groupe —  
**PROMÉO**

Développeur immobilier

Questions?

Réponses!