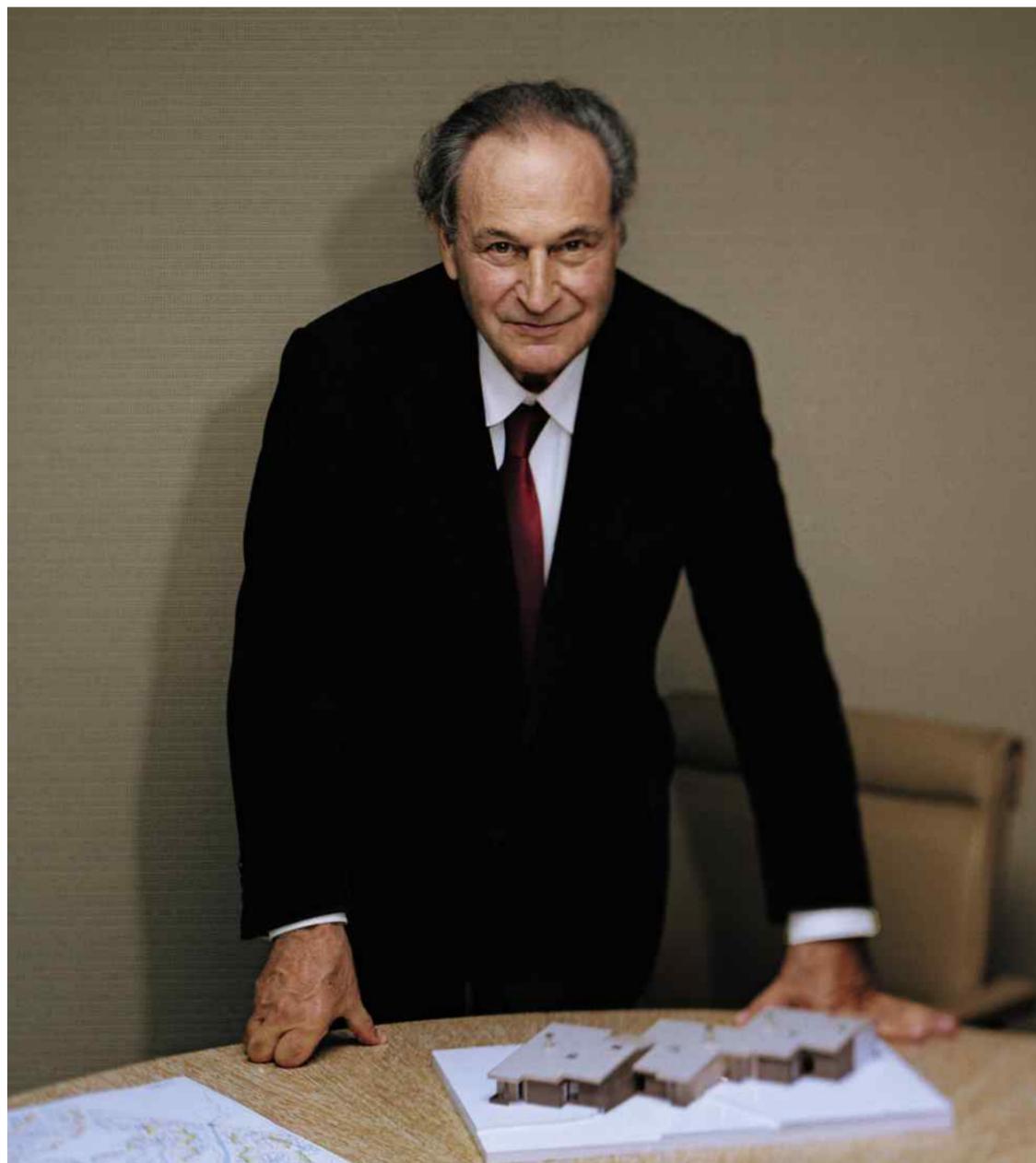


vision



Gérard Brémond

Pierre & Vacances a 40 ans cette année. Comment célébrer un tel anniversaire quand on n'a pas le goût du passé mais celui de l'avenir? Avec humour et émotion, en revivant l'histoire d'une entreprise pas comme les autres, née dans l'insouciance des années 1970 et qui a traversé avec énergie et enthousiasme ces dernières décennies. Que reste-t-il de ces années? Des images par centaines, les premiers vacanciers découvrant les rennes et les rues enneigées d'Avoriaz, des nuits blanches à préparer l'ouverture des nouveaux sites comme à Cap Esterel, l'entrée en Bourse et la joie de voir de belles marques rejoindre le groupe. Bref, une aventure collective et individuelle, la nôtre, celle des propriétaires immobiliers qui nous ont fait confiance et celle des millions de vacanciers qui nous ont choisis. C'est sans nostalgie, et avec fierté, que je vous invite aujourd'hui à feuilleter l'album de ces 40 ans, déterminé à ce que nos plus belles pages restent à écrire!

**Gérard Brémond,**

Fondateur et Président-directeur général du Groupe Pierre & Vacances

Pierre & Vacances is celebrating its 40<sup>th</sup> birthday this year. How can we celebrate an anniversary commemorating the past when we are so in love with the future? By taking a fond and sometimes humorous look back at the history of a unique company born in the carefree 1970s and which has come through the decades with energy and enthusiasm. What remains of those years? Hundreds of images: the first holidaymakers discovering the reindeer and snow-filled streets of Avoriaz; our hard work through the night to be ready for the openings of new sites such as Cap Esterel; our flotation on the stock-market and the joy of seeing major brands join the group. It's the story of a corporate and individual adventure, our adventure, in which we've been joined by the many property owners who have placed their trust in us, and millions of holidaymakers who have chosen our services. Today, as I invite you to leaf through the album of these 40 years, I feel nothing but pride, and I am convinced that the finest pages are yet to be written!

**Gérard Brémond,**

Founder and Chairman of Pierre & Vacances Group

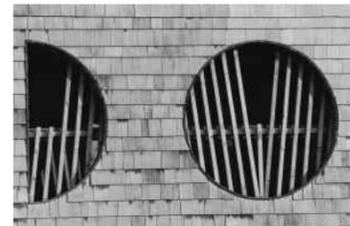


Robert Brémond – Gérard Brémond

## DÈS SA CRÉATION, LA STATION D'AVORIAZ PROPOSE UN ÉTONNANT CONCENTRÉ D'INNOVATIONS.

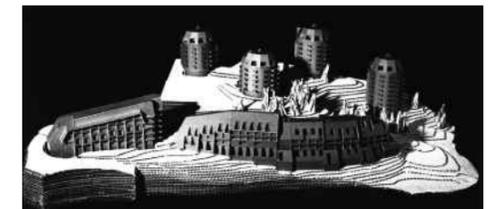
Elles vont former les fondamentaux du futur groupe Pierre & Vacances. Nous sommes au milieu des années 1960. Alors que les premières stations de ski « bétonnent » peu à peu la montagne, une poignée de jeunes gens invente un nouvel urbanisme d'altitude, à partir d'une page blanche, celle des vastes champs de neige d'Avoriaz, sur les hauteurs de Morzine, à 1800 mètres d'altitude. C'est Jean Vuarnet, ancien champion olympique, qui a repéré le site et lancé le projet, dessinant le tracé des premières pistes et des remontées avec Émile Allais et Jean-Claude Killy. Robert Brémond, promoteur des Collines de Saint-Cloud, s'intéresse à l'aventure. Il confie le dossier à son fils, Gérard, alors âgé de 27 ans en lui disant : « ce sont des projets pour ta génération ». Gérard Brémond relève le défi et choisit des architectes du même âge, Jacques Labro, Jean-Jacques Orzoni et Jean-Marc Roques. « Nous voulions qu'Avoriaz soit la station où nos copains auraient rêvé de venir. Nous avions l'enthousiasme et l'inconscience de la jeunesse. »

De fait, les quatre complices imaginent un concept totalement inédit. « Les autres stations transposaient à la montagne les principes d'urbanisme chers aux années 1960 : la voiture, le chauffage au fuel, l'architecture urbaine, explique Gérard Brémond. Nous nous sommes dit que les citadins voulaient au contraire rompre avec le quotidien, et surtout avec la voiture. Nous avons donc décidé – et tout le monde nous a pris pour des fous – de créer une station sans voitures, où



## THE MOUNTAIN RESORT AT AVORIAZ HAS BEEN AN OUTSTANDING CENTRE FOR INNOVATION EVER SINCE IT OPENED.

This innovative spirit was foundational for the future Pierre & Vacances group. It was the mid-1960s. Even as the first mountain resorts were concreting over swathes of mountainside, a handful of young people dreamed up a new form of planning with altitude. They started with a blank canvas - the vast snow-filled fields of Avoriaz, on the heights of Morzine, at an altitude of 1800 metres. It was Jean Vuarnet, a former Olympic champion, who spotted the site and launched the project, designing the layout of the first pistes and ski lifts with Emile Allais and Jean-Claude Killy. Robert Brémond, the developer of “Les Collines de Saint-Cloud”, became interested in the venture. He entrusted the project to his son, Gérard, then aged 27, telling him “this is a project for your generation”. Gérard Brémond rose to the challenge and chose architects who were the same age as himself: Jacques Labro, Jean-Jacques Orzoni and Jean-Marc Roques. “We wanted Avoriaz to fulfil our friends’ ideal of a dream mountain resort. We were as enthusiastic and carefree as only youth can be”. In fact, the four friends devised a totally unheard-of concept. “The other ski resorts simply attempted to shift the 1960s city lifestyle to mountaintops: cars, fuel-oil heating and urban architecture”, explains Gérard Brémond. “We reasoned that people were looking for just the opposite – a break from their daily routine and from their cars in particular.



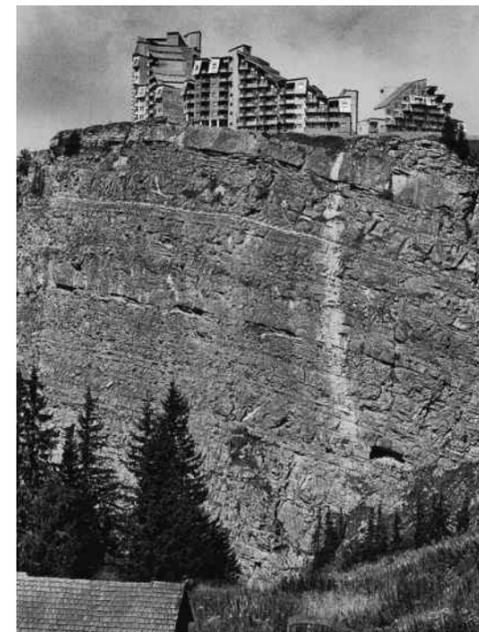
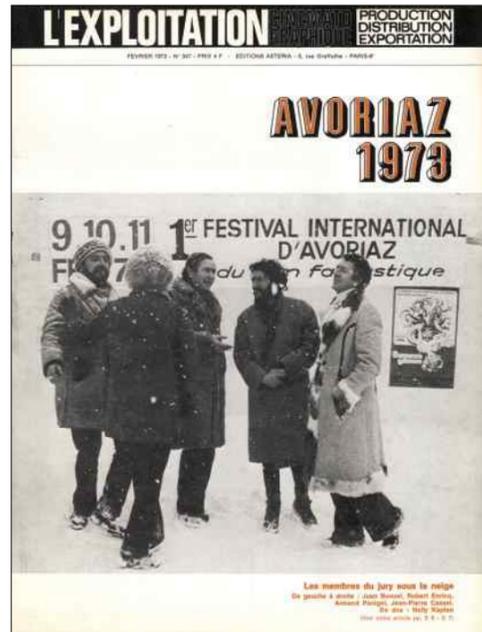
### GÉRARD BRÉMOND

À 20 ans, Gérard Brémond hésitait entre deux passions! Le jazz et le cinéma. Héritier d'une lignée d'entrepreneurs constructeurs, il sera finalement bâtisseur. Un bâtisseur visionnaire et rigoureux, attentif au moindre détail. Aujourd'hui, il continue de fuir l'esprit de sérieux et de protéger jalousement sur son agenda des plages de temps personnel. Et c'est avec lucidité qu'il analyse son parcours : « Le succès est quelque chose de fragile et d'éphémère. Je ne l'oublie jamais ».

### GÉRARD BRÉMOND

At the age of 20, Gérard Brémond was torn between two passions: jazz and cinema. Heir to a line of entrepreneurs in the construction industry, he became a visionary and meticulous builder-developer, attentive to the slightest detail. Today, he continues to avoid over-seriousness, making sure to keep free slots in his diary for quality time. He's very clear about his career: “Success is both fleeting and fragile. I never lose sight of that”.

l'on circulerait à pied, en traîneau ou à skis. Et nous avons opté pour le chauffage électrique et pour une architecture intégrée au site, qui suscite le dépassement ». Pour transporter les futurs acheteurs des premiers appartements d'Avoriaz, on fait même venir des rennes de Laponie qui, arrivés en France via Le Havre, feront un détour par les Champs Élysées à Noël 1966 pour faire la publicité de la station! Avec l'hôtel des Dromonts, premier coup d'audace des architectes, la célèbre « pomme de pin » sort de terre. La rupture est totale, à la fois avec l'architecture urbaine et avec la tradition savoyarde. Formes, volumes et matériaux sont choisis pour épouser harmonieusement le magnifique décor naturel. On parle « d'architecture mimétique ». Les matériaux des façades rappellent la tradition locale : elles sont couvertes de tavaillons, ces tuiles en bois utilisées sur les chalets, en cèdre rouge, d'origine canadienne.



Everyone thought we were crazy when we decided to create a ski resort without cars, where people could get around on foot, by sleigh or on skis. And we opted for electric heating and for a style of architecture that blended in with the site, adding to the sense of getting away from it all. To arrange transport for the future owners of the first apartments in Avoriaz, we even brought in reindeer from Lapland. They arrived in France via Le Havre and made a detour along the Champs Élysées in Christmas 1966 to publicise the new resort! When the architects' first daring stroke, the famous "pine cone" Hôtel des Dromonts, emerged from the ground, the break with both urban architecture and Savoyard tradition was total. Shapes, volumes and materials were chosen to blend in perfectly with the magnificent natural setting. It was dubbed "mimetic architecture". The materials used for the façades recalled local tradition: they were covered in shingles, the wooden tiles used on chalets, but made of Eastern Red Cedar from Canada. The snow, which stuck to the façades and roofs, transformed the face of Avoriaz hour by hour. In 1969, the ski resort was honoured with the "Équerre d'argent", the most prestigious French architectural award. But innovation did not stop there. In Avoriaz, Gérard Brémont also launched a new type of leisure trips, offering holidays for family and friends in an apartment with personalised services. The young entrepreneur took an innovative step by selling the apartments in Avoriaz on the basis of plans - "classic real estate was being sold this way, but nobody was doing it for tourist accommodation". And above all, he invented "New Property Ownership". "Conventional property ownership can lead people to be turned in on themselves instead of setting out to explore new horizons. And yet the aspiration to invest in property is inherent in human nature!



## UN FESTIVAL ? UNE IDÉE FANTASTIQUE

Étudiant, **Gérard Brémont** séchait les cours de la faculté pour mieux jongler entre les séances des cinémas du Quartier latin. Après avoir lancé Avoriaz en y amenant des people comme **Brigitte Bardot** ou **Régine**, c'est tout naturellement au 7<sup>e</sup> art qu'il pense pour développer la notoriété de la station. Créé en 1973, le Festival International du Film Fantastique se révèle un excellent tremplin médiatique. L'architecture futuriste et les ambiances ouatées d'Avoriaz offrent un décor rêvé aux amateurs de suspense et d'épouvante. Pendant vingt ans, le Festival devient un rendez-vous incontournable : **Steven Spielberg** y présente son *Duel* en 1973, **Brian de Palma** rafle le Grand Prix avec *Phantom of Paradise* en 1975 et **David Lynch** crée l'événement en 1981 avec *Elephant Man*. C'est aussi la première fois qu'un festival est financé par des fonds privés, la première fois aussi qu'un jury mêle le monde du cinéma, des chanteurs, des écrivains et des musiciens. Même le badge du Festival ne ressemble à aucun autre : c'est un badge-bijou, signé **Pascal Morabito**.

## A FANTASTIC FESTIVAL

As a student, Gérard Brémont skipped some university lectures in order to watch as many films as possible in the Latin Quarter. After the launch of Avoriaz and getting celebrities such as Brigitte Bardot and Régine to visit it, he naturally turned his attention to the world of cinema to raise the profile of the resort. Started in 1973, the International Festival of Fantastic Film proved to be an excellent publicity boost. The futuristic architecture and the atmosphere of Avoriaz offered a dream setting for lovers of suspense and terror. For 20 years, the Festival became an unmissable event: it was here that Steven Spielberg presented "Duel" in 1973, Brian de Palma walked off with the Grand Prix for "Phantom of Paradise" in 1975 and David Lynch stole the show in 1981 with "The Elephant Man". It was also the first time that a festival had been independently financed by private funding and the first to feature a jury chosen from the worlds of cinema, singers, writers and musicians. Even the Festival badge was distinctive: It was a jewel-badge created by Pascal Morabito.

La neige, qui s'accroche aux façades et aux toits, transforme heure après heure le visage d'Avoriaz. En 1969, la station est distinguée par l'Équerre d'argent, première récompense architecturale française. Mais l'innovation ne s'arrête pas là. À Avoriaz, Gérard Brémond lance aussi une nouvelle forme de vacances. Il propose de les vivre en famille ou entre amis, dans un appartement, avec des services à la carte. Le jeune entrepreneur innove en vendant sur plans les appartements d'Avoriaz – « cela se pratiquait pour l'immobilier classique mais pas pour l'immobilier touristique ». Et surtout, il invente la « nouvelle propriété ». « Posséder une propriété immobilière traditionnelle peut conduire au recroquevillement sur soi-même et non à la découverte de nouveaux horizons. Pourtant, l'aspiration à investir dans la pierre est inhérente à la nature humaine! J'ai donc imaginé de proposer à des particuliers l'acquisition d'un appartement avec une réduction du prix d'achat, à condition de le louer aux périodes où les propriétaires ne l'occuperaient pas pour leurs vacances. Et je leur ai aussi proposé de gérer pour eux les contraintes de l'entretien de cette résidence secondaire ». Avoriaz devint ainsi un véritable laboratoire d'idées. Ce premier succès contient en germe la philosophie et les métiers du futur groupe Pierre & Vacances.



1968



2006



Annie Famose

ANNIE FAMOSE (CHAMPIONNE DU MONDE DE SLALOM SPÉCIAL, VICE-CHAMPIONNE DU MONDE DE COMBINÉ ET DE DESCENTE À PORTILLO DU CHILI EN 1966, MÉDAILLÉE D'ARGENT AU SLALOM GÉANT ET MÉDAILLÉE DE BRONZE AU SLALOM SPÉCIAL AUX JO DE GRENOBLE EN 1968), FONDATRICE DU VILLAGE DES ENFANTS À AVORIAZ CRÉÉ EN 1975, PRÉSIDENTE DE L'OFFICE DE TOURISME D'AVORIAZ « Quand je suis arrivée à Avoriaz, les stations nouvelles étaient en plein essor en France. Mais Avoriaz avait une architecture très particulière et un urbanisme qui n'existait nulle part ailleurs. Avec Isabelle Mir, nous nous sommes inscrites dans cette dynamique, en imaginant une nouvelle approche de l'enseignement du ski aux enfants. À l'époque, l'initiation des enfants était semblable à celle des adultes! Nous avons innové en nous inspirant de méthodes d'éducation modernes et en adoptant une approche beaucoup plus ludique, débarrassée des aspects théoriques. Aujourd'hui, Avoriaz reste une grande station. Son urbanisme et son architecture sont plus que jamais d'une modernité inégalée. »



ANNIE FAMOSE (WORLD CHAMPION IN THE SPECIAL SLALOM AND JOINT WORLD CHAMPION IN COMBINED AND DOWNHILL SKIING AT PORTILLO DU CHILI IN 1966, AND SILVER MEDALLIST IN THE GIANT SLALOM AND BRONZE MEDALLIST IN THE SPECIAL SLALOM AT THE 1968 GRENOBLE WINTER OLYMPICS), FOUNDER OF THE AVORIAZ CHILDREN'S VILLAGE CREATED IN 1975, AND CHAIR OF THE AVORIAZ TOURIST OFFICE. **“When I arrived in Avoriaz, the new ski resorts were really taking off in France. But Avoriaz had a very distinctive architecture and urban planning unlike anywhere else. Along with Isabelle Mir, we were committed to this dynamic, devising a whole new approach to teaching skiing to children. At the time, children were being taught to ski as though they were adults! Taking our cue from modern educational methods, we dared to innovate, adopting a much more playful and less theoretical approach. Today, Avoriaz is still a great resort. More than ever, its layout and architecture are thoroughly and uniquely modern.”**

## UNE ÉPOQUE ÉPIQUE

Pour l'entreprise, les premières décennies d'Avoriaz sont épiques. La très jeune et réactive équipe qui entoure alors Gérard Brémond vit au rythme de la station.

Quand Les Fontaines Blanches – le premier immeuble proposé en nouvelle propriété – ouvre ses portes en septembre 1979, des télex sont envoyés jusqu'au petit matin à la réceptionniste de l'immeuble pour allouer les 173 appartements. À l'époque, la législation fiscale interdisait en effet aux propriétaires d'occuper leur propre appartement! Il fallait donc, avant l'arrivée des premiers résidents, attribuer à chaque propriétaire un autre logement que celui qu'il avait acheté, de même taille et de mêmes caractéristiques...

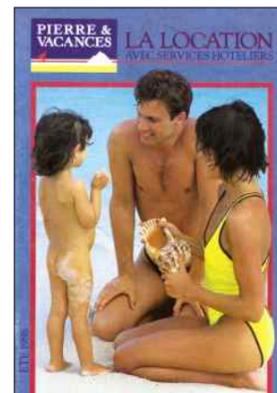
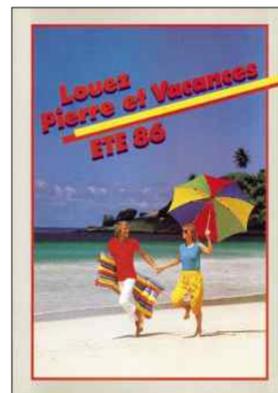
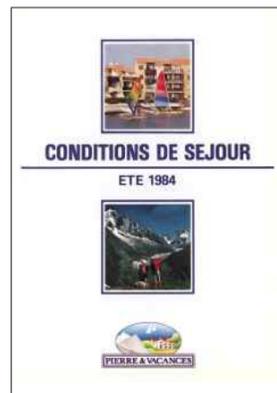
## AN EPIC ERA

For the company, the first decades of Avoriaz were epic. The very young and reactive team which surrounded Gérard Brémond lived at the rhythm of the ski resort.

When Fontaines Blanches – the first building proposed for “New Property” – opened its doors in September 1979, telexes poured into the reception at the building into the early hours to place options on the 173 apartments. At the time, the tax laws actually forbade property owners from occupying their own apartments! This meant that prior to the arrival of the first residents, a different, identical apartment had to be allocated to each, of the same size and with the same features...

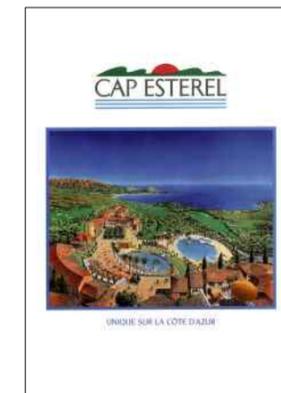
## EN DEUX DÉCENNIES, PIERRE & VACANCES VA PASSER DE LA GESTION D'UNE SEULE STATION DE MONTAGNE

à celle de plusieurs centaines de résidences de vacances en France et ailleurs. Après Avoriaz, l'énergie et la créativité de la jeune équipe de Gérard Brémont trouve rapidement d'autres débouchés. En 1978, la société rachète les programmes immobiliers des Grands Ports de France. C'est le début de l'expansion pour cette start-up. À partir de 1985, elle développe avec le Crédit Agricole plusieurs projets de stations touristiques en montagne et en bord de mer dont la plus emblématique est Cap Esterel, inaugurée en 1990. Plus de 50 noms ont été étudiés pour baptiser le site : Agay d'Azur, l'Estran d'Agay, les Hauts d'Esterel, Agaysterel, etc. C'est Cap Esterel qui sera choisi. Avec 1 600 appartements, un golf, 20 courts de tennis, c'est la démonstration que le modèle d'Avoriaz est transposable sur le littoral.



## IN TWO DECADES, PIERRE & VACANCES WENT FROM MANAGING A SINGLE MOUNTAIN

resort to managing several hundred holiday residences in France and abroad. After Avoriaz, the energy and creativity of Gérard Brémont's young team soon found other outlets. In 1978, the company bought the Grand Ports de France real estate development programmes. It was the beginning of the expansion of this "start-up" venture. From 1985 onwards, the company, backed by the Crédit Agricole bank, developed several mountain and seaside tourist resort projects, including the flagship resort at Cap Esterel, inaugurated in 1990. Some 50 names were considered for the site. Agay d'Azur, Estran d'Agay, Hauts d'Esterel, Agaysterel, and more besides, but Cap Esterel was finally selected. With 1,600 apartments, a golf course and 20 tennis courts, the resort



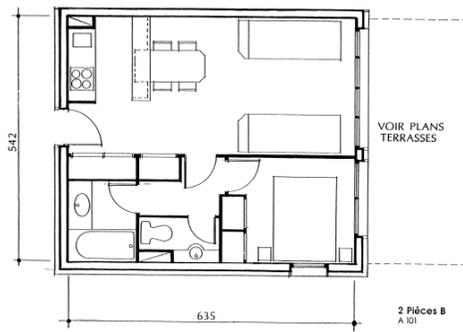
### AVENUE MARCEAU, LES ANNÉES « DRUGSTORE »

En 1980, Pierre & Vacances, tout en conservant des locaux à Avoriaz, installe ses réseaux commerciaux et ses équipes d'exploitation au 54 avenue Marceau. À deux pas de l'Étoile et du Drugstore des Champs Élysées, chacun s'emploie à entretenir l'esprit festif qui les animait à Avoriaz. Dans le décor un peu théâtral d'un immeuble haussmannien, les équipes recréent une vie de station jusque dans les immenses couloirs. Pierre & Vacances continue de se développer en France. En 1996, la loi Périssol, qui étend aux acquéreurs de résidences touristiques la possibilité de défiscaliser en partie leur investissement, vient « doper » la croissance. La formule de la nouvelle propriété continue de séduire. La période est favorable, avec le rachat des résidences Rocher Soleil et l'ouverture de deux villages aux Antilles. Pierre & Vacances devient un opérateur touristique majeur.

### AVENUE MARCEAU, THE "DRUGSTORE" YEARS

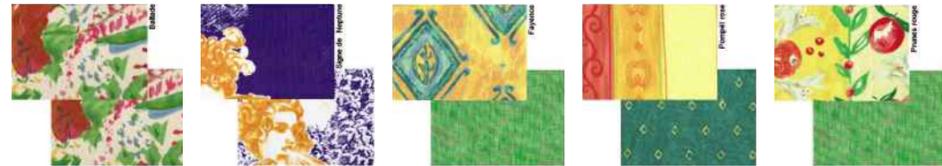
In 1980, in addition to its offices in Avoriaz, Pierre & Vacances installed its operations team and sales networks at 54 Avenue Marceau, just round the corner from the Arc de Triomphe and the Champs Élysées Drugstore Publicis. Everybody worked hard at maintaining the festive spirit that had been their hallmark in Avoriaz. In the slightly theatrical setting of the Haussmann-style building, the mountain resort atmosphere created by the team filtered all the way out to the immense corridors. Pierre & Vacances continued growing across France. In 1996, the Périssol law, which granted partial tax relief to buyers of tourist residences, boosted growth still further. The "New Property" formula still worked its magic. Times were good, with the purchase of the Rocher Soleil residences and the opening of two villages in the West Indies. Pierre & Vacances had become a major tourist operator.

« On rêve tous à l’île de Robinson Crusoe pour nos vacances, explique à l’époque Gérard Brémond, mais on veut aussi très vite y trouver un golf, des cafés, des restaurants et des activités pour occuper les enfants. » Pour les équipes de Pierre & Vacances, cette ouverture représente un défi considérable. À Cap Esterel, les premiers résidents vont retrouver le confort et la liberté qui sont la marque de fabrique de Pierre & Vacances : tout est disponible, mais rien n’est imposé, les services et les activités sont à la carte, au gré des envies de chacun.



**JEAN-LOUIS B., PROPRIÉTAIRE À AVORIAZ ET CAP ESTEREL**

« Nous avons d’abord acheté un appartement à Cap Esterel. À l’époque, je travaillais à l’étranger. C’était un achat “coup de cœur”, l’endroit était vraiment magnifique, idéal pour venir passer nos vacances en France, au soleil. Avoriaz, nous allions y skier régulièrement et nous avons eu la chance de pouvoir acheter un appartement. Depuis, nous y séjournons chaque année. Mes enfants ont aujourd’hui 11 et 12 ans et ils vont pouvoir y grandir, y retourner. Il y a tout ce qu’il faut sur place et quand ils seront plus grands, je n’aurai pas à m’inquiéter des retours de boîte de nuit en voiture... Ce qui m’a séduit dans le concept de la “nouvelle propriété”, c’est d’abord la qualité des résidences, aussi bien en termes d’accompagnement des enfants, par exemple, que d’entretien des lieux. Et puis je suis pleinement propriétaire mais ma propriété est entretenue, elle est louée, et je n’ai rien à gérer. »



Échantillons de tissus Pierre & Vacances  
Samples of Pierre & Vacances' soft furnishings

**L'ENTRÉE EN BOURSE, UN VRAI TOURNANT**

Étape cruciale de son histoire: l'entrée en Bourse de Pierre & Vacances, le 11 juin 1999. « La cotation a marqué un vrai retournement, se souvient un manager. Historiquement, Pierre & Vacances était plutôt un groupe immobilier. Là, nous prenions notre identité complète, à la fois immobilière et touristique. » Avec une introduction à 17 euros, le cours actuel a été multiplié par cinq.

demonstrated that the Avoriaz model could work elsewhere – including the coast. “Which of us hasn’t dreamed of a holiday on Robinson Crusoe’s island?” said Gérard Brémond at the time, “but it isn’t long before we’d like to add a golf course, cafés, restaurants and activities for our children”. For the Pierre & Vacances teams, this opening presented a considerable challenge. At Cap Esterel, the first residents found the comfort and freedom which is the hallmark of Pierre & Vacances. Everything is available, but nothing is imposed and services and activities are à la carte – everyone can just choose what they want.

**JEAN-LOUIS B., PROPERTY OWNER AT AVORIAZ AND CAP ESTEREL**

**“We bought an apartment at Cap Esterel first. At the time, I was working abroad. We fell in love with the place; it was truly magnificent, ideal for holidaying in France, in the sun. We used to go skiing in Avoriaz regularly and we were lucky enough to be able to buy an apartment. Since then, we’ve been staying there every year. My children are now 11 and 12, and they will be growing up there and going back regularly. They have everything they need on site and when they are older, I won’t have to worry about them driving back late from night clubs... What I found attractive about the ‘New Property’ concept was firstly, the quality of the residences, as much in terms of looking after children as in terms of maintaining the premises. I own my property outright but it’s maintained and rented out, and I don’t have to worry about a thing.”**



**FLOTATION ON THE STOCK MARKET - A REAL TURNING POINT**

A crucial stage of its history: its flotation on the stock market on 11<sup>th</sup> June 1999. “There was a real turnaround in our valuation”, remembers one manager. “Historically, Pierre & Vacances had mainly been a real estate group. At that point, we really worked out what our corporate identity was: a combination of both real estate and tourism.” After a starting price of €17, the stock has since increased fivefold.

À partir de 2000, la croissance s'accélère. Le groupe acquiert successivement Orion Vacances, Gran Dorado, Maeva, Résidences MGM, puis Center Parcs, étoffant considérablement son portefeuille de résidences et prenant sa véritable dimension européenne. En 2001, le groupe achète Maeva, deuxième opérateur de résidences de tourisme en France avec 138 résidences. Alors que la clientèle de Pierre & Vacances recherche avant tout une intimité, le fait de « partir entre soi » et le plaisir de se retrouver et de se redécouvrir, les vacanciers de Maeva sont davantage curieux de rencontres et d'échanges avec les autres résidents. Les équipes des résidences Maeva entretiennent cette convivialité. Avec les Résidences MGM, ce sont 12 résidences de vacances de prestige en montagne qui rejoignent le groupe. Puis avec Center Parcs, Pierre & Vacances s'assure la toute première place en Europe pour les courts séjours. « Les hôtes de Center Parcs veulent une rupture avec la vie urbaine, le retour à la nature, mais une nature offrant de multiples activités », observe Gérard Brémond au moment de l'achat de l'entreprise néerlandaise. « Center Parcs est un concept fabuleux mariant la nature et le rêve exotique avec sa piscine tropicale. Le taux de fréquentation atteint 90 % toute l'année, en pleine campagne! » Le groupe couvre désormais une gamme complète d'offres touristiques : longs séjours familiaux ou entre amis avec Maeva et Pierre & Vacances, courts séjours de proximité en Europe dans un cottage familial avec Center Parcs ou à l'hôtel avec la marque Hôtels Latitudes, locations de luxe dans les résidences MGM ou encore séjours touristiques ou professionnels dans les métropoles européennes avec Pierre & Vacances City. Inventeur du « Resort à la française », Pierre & Vacances a trouvé son équilibre dans son double métier, qui lui permet de lisser les cycles de l'immobilier et ceux du tourisme. Le groupe reste aussi l'opérateur le plus créatif de son secteur. « Notre défi permanent est de provoquer une synergie entre deux cultures antagonistes : celle du chasseur (le promoteur immobilier ayant pour objectif le profit à court ou à moyen terme) et celle du laboureur (l'exploitant touristique qui exerce son métier dans une finalité pérenne). »

Maeva

maeva



PIERRE & VACANCES

Pierre & Vacances

From 2000 onwards, growth accelerated. The group acquired first Orion Vacances, followed by Gran Dorado, Maeva, Residences MGM, and then Center Parcs, considerably enlarging its portfolio of residences and taking on a truly European dimension. In 2001, the group bought Maeva, the second-largest operator of tourist residences in France with 138 residences. While Pierre & Vacances clientele tended to be looking for privacy first and foremost, “getting away on our own” and the enjoyment of being with family and close friends, the Maeva holidaymakers were more interested in meeting and getting to know other residents. The Maeva residence teams maintained this social aspect. The Residences MGM added 12 prestigious mountain holiday residences to the group. Then, with Center Parcs, Pierre & Vacances took first place in Europe for short-breaks. “The Center Parcs guests are looking for a change from city life, getting back to nature, but with nature offering them a wide range of activities”, observed Gérard Brémond when he purchased the Dutch company. “Center Parcs was a fabulous concept combining nature and exotic dreams around its tropical pools. Occupancy rates are around 90% all year round, in the middle of the country!” Since then, the group has provided a complete range of tourist offers: longer holidays with family or friends with Maeva and Pierre & Vacances, short breaks close to home in Europe, in a cosy cottage with Center Parcs or in a hotel with the Hôtels Latitudes brand, luxury holiday rentals in the Residences MGM, in addition to holiday breaks or work trips in European cities with Pierre & Vacances City. Inventing the “French Resort”, the dual business of Pierre & Vacances has enabled it to strike the perfect balance, enabling it to make the most of both property and tourist market cycles. The group also remains the most creative operator in its sector. “Our permanent challenge is to generate synergy between two opposing cultures: that of the hunter (the developer mentality looking for short- to medium-term gains) and that of the ploughman (the tourist operator doing their job year in, year out).”

## L'INNOVATION PERMANENTE

À l'écoute des évolutions comportementales des Européens, Pierre & Vacances renouvelle et enrichit les services proposés dans ses résidences. Dès 1994, pour éviter aux vacanciers les bouchons du samedi sur les routes d'accès aux stations, Pierre & Vacances offre des formules de location du dimanche au dimanche. Plus récemment, Maeva a créé une offre pour les « tribus », proposant des tarifs pour les amis qui souhaitent louer plusieurs appartements. Le bien-être est « tendance » ? Les résidences MGM proposent des massages et des modelages à la carte, tandis que les villages Pierre & Vacances lancent des cures de thalasso ou de balnéothérapie. Pour les ados, de plus en plus indépendants et qui aiment se retrouver dans un univers bien à eux, plusieurs villages Pierre & Vacances offrent un espace baptisé « Le SpOt », un véritable QG où ils disposent de jeux vidéo, de lecteurs de DVD ou de matériel audio. Enfin, les nouvelles technologies sont mises à contribution. Ainsi, des SMS sont désormais envoyés aux clients pour les informer que leur appartement est prêt.

## CONSTANT INNOVATION

With its finger on the pulse of Europeans' lifestyle trends, Pierre & Vacances is constantly renewing and enriching the services offered in its residences. Since 1994, Pierre & Vacances has offered holidaymakers rental deals running from Sunday to Sunday, so that they can avoid Saturday traffic on the access roads to the ski resorts. More recently, Maeva has created an offer for “clans and crews”, offering rates for friends who want to rent several apartments together. As “wellness” comes into fashion, the Residences MGM have started offering à la carte massages and contouring, while Pierre & Vacances villages have launched thalasso and balneotherapy packages. For teenagers, increasingly independent and looking for their own meeting place, several Pierre & Vacances villages now offer a space called “Le SpOt”, a real den providing video games, DVD players and sound equipment. Most recently, new technology has been put to work. Today, holidaymakers receive text messages to inform them that their apartments are ready.

## GOÛT DE L'INNOVATION, RESPECT DE LA NATURE, SENS DU SERVICE :

entre Center Parcs et Pierre & Vacances, le rapprochement n'est pas seulement économique, il est aussi culturel et humain. Le créateur de Center Parcs, Piet Derksen, a commencé sa carrière à Rotterdam, en ouvrant le premier grand magasin entièrement consacré au sport et aux équipements de loisirs, Sporthuis Centrum. Le succès est immédiat. Piet Derksen invente la tente bungalow – on peut s'y tenir debout et elle est équipée d'une fenêtre – et doit, pour en assurer la fabrication, ouvrir ses propres usines. Rapidement, il se lance dans le tourisme en organisant des voyages vers l'Espagne. Lorsque, en 1967, il a l'opportunité d'acquérir un très beau terrain boisé, dans la province du Limbourg, il a l'idée d'y construire des cottages pour proposer aux citadins des séjours en pleine nature, à deux pas de chez eux.



Piet Derksen – 1988

NÉ EN 1913 AUX PAYS-BAS, PIET DERKSEN A FONDÉ SPORHUIS CENTRUM, QUI DEVIENT CENTER PARCS EN 1988. DÉCÉDÉ EN 1996, IL LAISSE DERRIÈRE LUI UN CONCEPT TOUJOURS D'ACTUALITÉ. « Il faut respecter nos résidents et leur offrir une expérience qu'ils ne trouveront pas dans leur vie de tous les jours. J'ai toujours dit qu'il ne servait à rien d'entrer dans une discussion avec un client. Nos clients ont toujours raison! Et cette approche s'est révélée payante. Si un client n'est pas satisfait, il le fait savoir autour de lui. Mais si au contraire, il est content, c'est l'inverse qui se produit. »

### À CHAQUE PROJET, UN TRAVAIL DE PIONNIER

Chaque ouverture de village est l'aboutissement de chantiers colossaux. En France, la création du domaine des Bois-Francis, en Normandie, acheté en 1979 par Piet Derksen, a nécessité la construction de routes, l'aménagement de 15 hectares de plans d'eau, alimentés grâce à un forage, et même la construction d'une station d'épuration dédiée au site. Jusqu'à 1 000 personnes ont travaillé sur ce chantier. Conçus sur le modèle du village belge de De Vossemeren, les Bois-Francis ont accueilli depuis leur première année de fonctionnement quelque 4 083 000 résidents.



La tente bungalow  
The bungalow tent

## TASTE FOR INNOVATION, RESPECT FOR THE ENVIRONMENT, SENSE OF SERVICE:

the similarity between Center Parcs and Pierre & Vacances is not only economic; it is also human and cultural. The creator of Center Parcs, Piet Derksen, started his career in Rotterdam, opening the first department store entirely dedicated to sports and leisure equipment, Sporthuis Centrum. Success was immediate. At that time, Piet Derksen invented the bungalow tent – a tent with a window in which users could stand up – and found himself opening his own factories to produce the product. He soon launched out onto the tourist market, organising trips to Spain. In 1967, he had the opportunity of acquiring some very beautiful wooded land, in the province of Limburg, and had the idea of building cottages to offer city-dwellers holidays in a natural environment that was not far from their own home.



Piet Derksen – 1960

**BORN IN THE NETHERLANDS IN 1913, PIET DERKSEN FOUNDED SPORHUIS CENTRUM, WHICH BECAME CENTER PARCS IN 1988. HE DIED IN 1996, LEAVING BEHIND HIM A CONCEPT WHICH IS STILL RIGHT UP TO DATE. "We must respect our guests and provide them with an experience that they will not find in their everyday life. I have always said that there was no point in getting into an argument with a guest. Our customers are always right! And this approach has paid off. If a client is not satisfied, they will make sure everybody around knows it. And if they are happy, everybody hears about that, too."**

### EACH PROJECT IS A PIONEERING WORK

Each village opening is the end result of a colossal amount of work. In France, the creation of Bois-Francis Normandy, on land purchased in 1979 by Piet Derksen, required the construction of roads and the development of 15 hectares of lakes, fed from boreholes, and even the construction of a dedicated water treatment plant for the site. Up to 1,000 people worked on this project. Modelled on the Belgian village of De Vossemeren, Bois-Francis has welcomed some 4,083,000 guests since its first year of operation.

Ce premier domaine présente d'étonnantes similitudes avec ce que Gérard Brémond vient de proposer pour Avoriaz :

pas de voitures, des cottages signés d'un architecte de renom, Jaap Bakema, des prestations inédites (télévisions couleur, une rareté pour les Pays-Bas d'alors, cheminées, service de chariots pour transporter ses approvisionnements...).

Devant le succès de ce premier domaine, Piet Derksen étend le modèle dans cinq autres sites aux Pays-Bas et l'expression midweek (court séjour entre le lundi et le vendredi) fait son entrée dans le dictionnaire néerlandais! En 1978, Piet Derksen vend sa chaîne de magasins et se consacre exclusivement à Center Parcs, avec un nouveau défi : le Domaine « De Eemhof ». Implanté sur un polder à une demi-heure d'Amsterdam, il sera le premier à être équipé du fameux Dôme sous lequel se déploie un Paradis Aquatique Tropical. Au fur et à mesure du développement des parcs, Piet Derksen garde un œil critique sur les moindres détails de leur fonctionnement. Il est constamment à l'affût de tout ce qui peut embellir et améliorer le séjour de ses hôtes. « Si je voyais des résidents se débattre avec leurs courses,



This first village was astonishingly similar to what Gérard Brémond had just created at Avoriaz.

The village had no cars, cottages designed by a renowned architect, Jaap Bakema, and services that were unheard of (colour televisions, rare in the Netherlands at that time, fireplaces, a trolley service to transport shopping...).

Given the success of this first village, Piet Derksen extended the model to five other sites in the Netherlands and the expression "midweek" (a short stay from Monday to Friday) found a place in the Dutch dictionary! In 1978, Piet Derksen sold his Sporthuis Centrum chain and devoted himself exclusively to Center Parcs with a new challenge: De Eemhof. Established in a polder half an hour's drive from Amsterdam, it was the first village to be equipped with the famous Dome, home to now familiar Tropical Swimming Paradise. Throughout the development of new villages, Piet Derksen kept a critical eye on the smallest details of their operation. He was constantly on the lookout for anything that could embellish and improve the stay for his guests. "If I saw residents struggling with their shopping bags, by the



Les premiers cottages - 1968  
The first cottages - 1968



La piscine dans les années 1970...  
The pool in the seventies...



... et dans les années 1980  
... in the eighties



1975

## ESPRIT DE FAMILLE

C'est une tradition à Center Parcs depuis 20 ans! Chaque année, plus de 1000 employés venant de tous les domaines européens participent à un grand challenge sportif, le Sport's Day. Cette convivialité, ce goût d'être ensemble, se retrouve chez nos clients, très fidèles à « leur » village. Certains fréquentent jusqu'à 50 fois par an le même parc, séjournant chaque fois dans le même cottage!

## THE FAMILY SPIRIT

At Center Parcs, family spirit is not just a slogan. A sports day in which over 1,000 employees from every country take part has been organised for the last 20 years and has become an annual tradition. This mindset extends to guests as well - they are very loyal to "their" village. Some of them visit the same park 50 times a year, staying every time in the same cottage!

la semaine suivante, il y avait sur le site des petits chariots pour les aider à les transporter. » De la même façon, il imagine des remblais pour isoler les parkings et dissimuler les voitures, une démarche innovante qui sera reprise par certaines municipalités. Peu à peu, le concept Center Parcs s'installe hors des Pays-Bas, en Belgique et en Grande-Bretagne. En 1988, l'entreprise s'implante pour la première fois en France, en Normandie, sur le Domaine des Bois-Francis. En 1989, Piet Derksen se retire et choisit le brasseur écossais Scottish and Newcastle pour reprendre Center Parcs. En 2000, Pierre & Vacances acquiert 50% du capital de Center Parcs Europe, puis 100% en 2003 : deux sociétés aux visions si proches croisent enfin leurs destins. Aujourd'hui, les deux marques conjuguent leurs cultures respectives tout en partageant leurs savoir-faire. Témoin : le tout dernier Center Parcs, le Domaine du Lac d'Ailette, dans l'Aisne, qui inaugure une nouvelle génération de villages, avec le plus vaste et le plus innovant espace aquatique d'Europe.



La piscine dans les années 1980  
The pool in the eighties

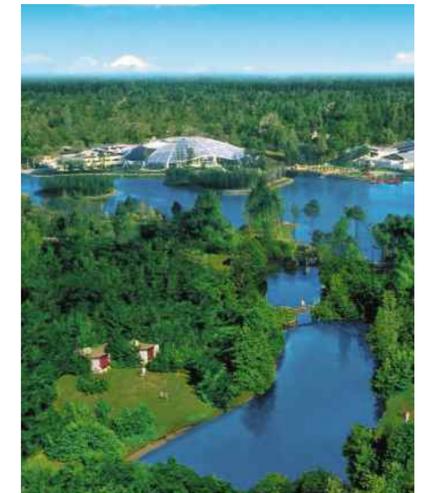
## UNE OASIS DE PLAISIR TROPICAL

Au début des années 1970, Piet Derksen imagine, pour prolonger la saison de location de ses cottages, de proposer aux hôtes une piscine chauffée et abritée. Les premières piscines seront couvertes d'un auvent de toile. Center Parcs ne cessera de perfectionner les animations aquatiques de ses parcs, en implantant la toute première piscine à vagues d'Europe. En 1986, pour la première fois, le Paradis Aquatique Tropical du parc de Het Heijderbos est recouvert d'une éblouissante coupole transparente sous laquelle s'épanouissent des palmiers, des orchidées et des bananiers. Aux Pays-Bas, le concept a atteint une telle célébrité que l'expression « Subtropical Swimming Paradise » figure maintenant dans le dictionnaire!

following week I provided trolleys to help them transport the bags". In the same way, he devised embankments to isolate the car parks and hide cars, an innovative step which would later be adopted by some local authorities. Little by little, the Center Parcs concept spread to Holland, Belgium and Great Britain. In 1988, the company was established in France, with Bois-Francis in Normandy and in 1995, in Germany. In 1989, Piet Derksen retired and gave over the running of Center Parcs to the brewery company Scottish and Newcastle. In 2000, Pierre & Vacances acquired 50% of the capital of Center Parcs Europe and then 100% in 2003: two companies with such similar visions finally found a common destiny. Today, the two brands blend their respective cultures and share their know-how. One recent example is the very latest Center Parcs village, the Domaine du Lac d'Ailette in the Aisne, the first of a new generation of villages with the largest and most innovative aquatic area in Europe.



Nager « parmi » les poissons  
Swimming "amongst" the fishes



Vue aérienne d'un domaine  
Village overview

## AN OASIS OF TROPICAL PLEASURE

At the beginning of the 1970s, Piet Derksen had the idea of providing guests with a heated indoor pool, in order to prolong the rental season for his cottages. The first swimming pools were covered with a canvas canopy. Center Parcs continually improved the aquafun installations in its villages, introducing the first ever wave pool in Europe. In 1986, for the first time, the Tropical Swimming Pool at Het Heijderbos was covered by a stunning transparent cupola under which palm trees, orchids and banana trees thrived. In Holland, the concept had become so famous that the expression "Subtropical Swimming Paradise" now features in the dictionary!

## PIERRE & VACANCES A GRANDI AVEC L'IDÉAL EUROPÉEN. TOUT EN RESPECTANT LES HABITUDES NATIONALES,



Frans Lenaerts – Pascal Gelders (entrés chez Center Parcs en 1977 et en 2006)  
Frans Lenaerts – Pascal Gelders (entry in Center Parcs in 1977 and in 2006)

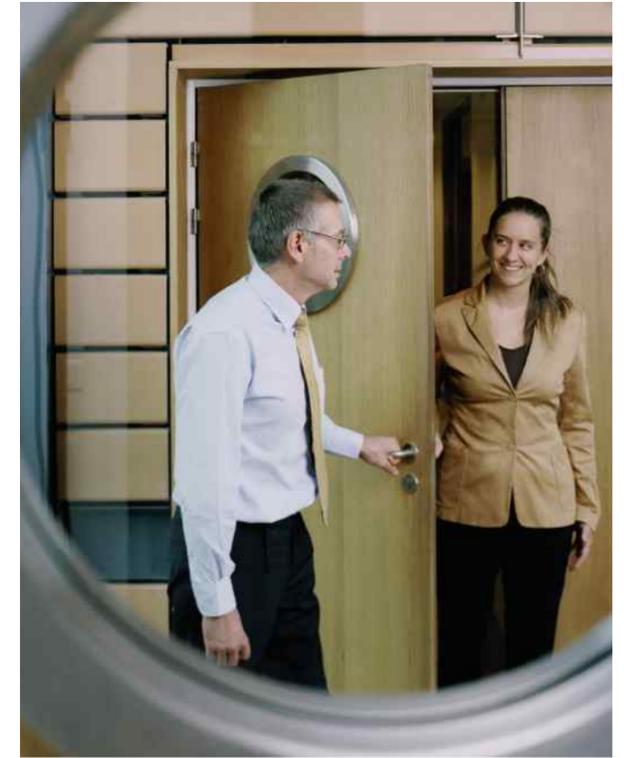
les vacances en résidences répondent à des aspirations universelles. Dès la fin des années 1970, Pierre & Vacances est l'un des premiers opérateurs touristiques français à prospecter les visiteurs étrangers pour fréquenter ses résidences. Le groupe propose aux principaux voyageurs européens des vacances en résidences de montagne. Résultat : un taux d'occupation record pendant les vacances scolaires scandinaves! Très tôt, le groupe développe ainsi une véritable stratégie à l'échelle européenne. Pour Gérard Brémond, en effet, « les comportements des consommateurs et les aspirations des touristes sont moins liés aux nationalités et aux cultures qu'à des segmentations qui résultent soit de catégories

### DES ÉQUIPES MULTICULTURELLES

Avec l'arrivée de Center Parcs dans le groupe et le développement des activités en Europe, les équipes se sont internationalisées. Si un peu plus de la moitié des collaborateurs travaillent en France, 26% d'entre eux sont basés aux Pays-Bas. Les effectifs offrent aujourd'hui un véritable melting-pot de nationalités, de générations et d'expériences. L'entreprise favorise pour ses salariés les cours de langue. Professeurs d'italien, d'anglais, d'espagnol ou d'allemand se croisent dans les couloirs.

## PIERRE & VACANCES GREW UP WITH THE EUROPEAN IDEAL. WITHOUT ABANDONING NATIONAL CUSTOMS,

their holidays in residences are a response to universal aspirations. From the end of the 1970s onwards, Pierre & Vacances was one of the first French tourist operators to canvass foreign visitors to come to its residences. The group offered holidays in mountain residences to the main European tour operators. As a result, they enjoyed record occupancy rates during Scandinavian school holidays! From very early on, the group developed this kind of European-wide strategy. For Gérard Brémond, “consumer trends and tourists’ expectations are less linked to nationality and culture than to segmentation, which is more a factor of socio-professional categories, age, or an interest or



René Gendron – Alix Houdayer (entrés chez Pierre & Vacances en 1969 et en 2006)  
René Gendron – Alix Houdayer (entry in Pierre & Vacances in 1969 and in 2006)

### MULTICULTURAL TEAMS

With the arrival of Center Parcs in the group and the development of European-wide business, the teams became internationalised. While a little more than half of the associates worked in France, 26% of them were based in Holland. The workforce today is comprised of a real melting-pot of nationalities, generations and experiences. The company promotes language courses for its employees. Italian, English, Spanish and German teachers rub shoulders in the corridors.

socioprofessionnelles, soit de générations, soit de goûts et de passions pour telle ou telle activité. Les passionnés de golf, qu'ils soient Anglais, Scandinaves, Américains ou Italiens, ont des attentes communes. » Plus que jamais, le tourisme de proximité reste une valeur sûre pour une clientèle essentiellement familiale, qui apprécie de pouvoir accéder à son lieu de vacances en voiture ou de s'échapper, tout près de la ville, pour un séjour court. Les sites du groupe continuent donc de « vivre à l'heure européenne » avec des résidents Français mais aussi Allemands, Belges, Britanniques, Italiens, au gré des vacances scolaires de chaque pays. Groupes d'amis, familles traditionnelles ou recomposées, familles monoparentales, grands-parents et petits-enfants, toutes les générations peuvent y trouver un espace de vie et d'échange.



Pierre & Vacances – Les Restanques du Golfe de Saint-Tropez

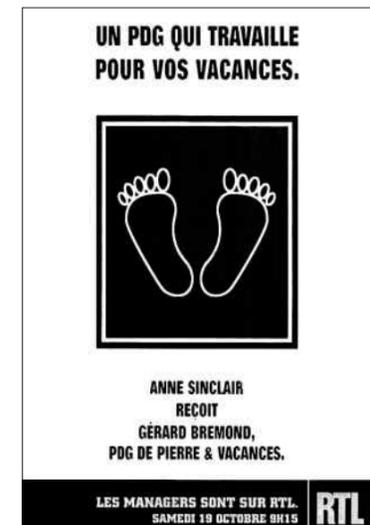


Center Parcs



Maeva

passion for such and such an activity. Golf enthusiasts, whether they are English, Scandinavian, American or Italian, have the same expectations”. More than ever, neighbourhood tourism remains a safe choice for a mostly family-oriented clientele who appreciate being able to access their holiday location by car or getting away for a short break to somewhere not too far from the city. The group's sites continue to work on a European basis, accommodating French, German, Belgian, British and Italian residents, depending on each country's school holidays. Groups of friends, traditional or extended family groups, single-parent families, grandparents and grandchildren - each generation is able to find space to live and socialise.



## DES INVESTISSEURS VENUS D'AILLEURS

Les investisseurs étrangers (Anglais, Espagnols, Irlandais), qui font confiance au groupe sont de plus en plus nombreux, séduits par des projets d'envergure européenne comme les nouvelles résidences en Espagne ou la tour rénovée de Paris Tour Eiffel.

## OVERSEAS INVESTORS

More and more English, Spanish, Irish and other overseas investors are coming to the group, won over by projects on a European scale such as the new residences in Spain or the renovated high-rise Paris Tour Eiffel residence.

## DEPUIS AVORIAZ, L'INTÉGRATION AU PAYSAGE ET LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT NATUREL

sont inscrits dans les gènes de Pierre & Vacances. L'attention portée au choix des sites, à la topographie, à la flore locale, est, depuis son origine, une constante de la philosophie Pierre & Vacances. Mais c'est au début des années 1990 que se développe l'essentiel des projets, intégrant pleinement urbanisme, architecture et paysage. C'est à cette époque que Thierry Huau, urbaniste paysagiste, commence à accompagner le groupe. Après de premières réalisations en Méditerranée – notamment aux Restanques du Golfe de Saint-Tropez – cette approche trouve sa pleine expression dans un projet complexe, celui de Pont-Royal en Provence, dans les Bouches-du-Rhône, qui ouvre à l'été 1994. Tout le village est traité dans un esprit d'équilibre entre le bâti et le paysage avec ses places, ses escaliers et ses ruelles.

Implanté à proximité de la réserve naturelle de Marquenterre, en baie de Somme, le village de Belle Dune, créé en 1998, marque une nouvelle étape pour Pierre & Vacances : le concept de « l'Éco-village ». Les matériaux de l'habitat picard,



Thierry Huau

ARCHITECTE PAYSAGISTE ET ETHNOBOTANISTE, THIERRY HUAU ACCOMPAGNE  
LES RÉALISATIONS DE PIERRE & VACANCES DEPUIS PLUS DE 15 ANS.

« Chaque terroir apporte une inspiration, une histoire à raconter, avec ses parfums et ses couleurs. Travailler sur le végétal, au même titre que sur l'architecture ou l'urbanisme, c'est aussi une façon de redonner du sens aux sites dans lesquels s'implantent les villages. »

### C'EST LE PAYSAGE QUI PRIME

Pierre & Vacances s'est toujours entouré d'architectes novateurs. Aux Parcs de Grimaud, François Spoerry, auteur de la cité lacustre de Port-Grimaud, a su conjuguer pour Pierre & Vacances les traditions de l'architecture régionale et le désir des visiteurs urbains d'être en contact avec la nature et le soleil. À Antibes, Christian de Portzamparc a collaboré avec Thierry Huau pour élaborer un habitat de vacances aux lignes très modernes, avec une parfaite intégration aux jardins. À Cap d'Ail, les bâtiments conçus par Jean Nouvel offrent des vues en cinémascope sur la mer et le paysage. À Belle Dune, Pierre Diener a réinventé la maison de famille, en créant des espaces intimes mais très ouverts sur la nature.

## EVER SINCE AVORIAZ, BLENDING IN WITH THE LANDSCAPE AND THE RESPECT OF THE NATURAL ENVIRONMENT

have been an integral part of Pierre & Vacances' DNA. The attention given to the choice of sites, topography and local flora, has been a constant feature in the Pierre & Vacances philosophy since its beginnings. From the early 1990s onwards, projects have increasingly taken a holistic approach, fully incorporating planning, architecture and landscaping. It was at this time that Thierry Huau, a landscape planner, started to assist the group. After the first projects in the Mediterranean – notably at Les Restanques du Golfe in Saint-Tropez – this approach came to full fruition in a complex project, that of Pont Royal en Provence, in the Bouches-du-Rhône, which opened in the summer of 1994. The whole village was treated in a balanced way with equal attention given to buildings and landscaping with squares, steps and lanes. Established near the nature reserve of Marquenterre, in the Somme Bay, the village of Belle Dune, created in 1998, marked a new stage for Pierre & Vacances: the



Pierre & Vacances – Les Restanques du Golfe de Saint-Tropez

LANDSCAPE ARCHITECT AND TOWN PLANNER THIERRY HUAU HAS BEEN INVOLVED  
WITH PIERRE & VACANCES PROJECTS FOR OVER 15 YEARS.

“Each region provides an inspiration, a story to be told, with its smells and colours. Working on landscaping, as well as architecture and layout planning, is also a way of giving fresh meaning to sites where the villages have been established.”

### LANDSCAPE COMES FIRST

Pierre & Vacances has always used innovative architects. At Les Parcs de Grimaud, François Spoerry, architect of the lakeside residence at Port-Grimaud for Pierre & Vacances, has succeeded in combining regional architectural traditions with the desire of city-dwellers to be in contact with nature and the sun. In Antibes, Christian de Portzamparc joined forces with Thierry Huau to develop a holiday habitat with an ultra-modern design blending perfectly with the surrounding gardens. At Cap d'Ail, the buildings designed by Jean Nouvel offer full-surround views of the sea and the countryside. At Belle Dune, Pierre Diener reinvented the family home by creating spaces that are both private and very open to nature.

ardoise, bois ou brique, y sont déclinés de façon moderne et harmonieuse. Les maisons de bois aux façades colorées s’inspirent de la tradition des villages côtiers. Choisi comme site pilote pour la politique de développement durable du Groupe, le village est particulièrement attentif à sa consommation d’eau et d’énergie, le tri des déchets ou encore la gestion de ses espaces naturels (la dune, les oyats, les lacs sont protégés). Enfin, les activités proposées – char à voile, vélo ou balades à cheval – sont en harmonie avec l’environnement naturel.

Pierre & Vacances relaie concrètement l’action d’organismes étatiques et d’organisations non gouvernementales en se focalisant sur le développement et le tourisme durables. C’est ainsi qu’il a signé en 2005 un partenariat avec le WWF – l’un des acteurs mondiaux les plus reconnus de la préservation de l’environnement – pour déployer une démarche d’information et de sensibilisation de ses propres salariés et des résidents de ses sites. Pour le projet « Villages Nature », à proximité des Parcs EuroDisney de Marne-la-Vallée, Pierre & Vacances, en partenariat avec EuroDisney et l’ONG britannique BioRegional, a élaboré un plan d’action durable qui s’inspire de la méthodologie « One Planet Living » (Pour une planète vivante). Cette approche, qui vise à réduire l’empreinte écologique de nos modes de vie pour prendre en compte les limites des ressources de la planète, a déjà été appliquée avec succès en Angleterre pour l’habitat principal à BedZed, et pour les Jeux olympiques de Londres.



Daniel Richard

DANIEL RICHARD, PRÉSIDENT DU WWF FRANCE

« Je trouve très pertinent qu’un grand opérateur de tourisme comme Pierre & Vacances, attaché à montrer la beauté et l’harmonie de la nature, prenne en charge la durabilité et la protection de ses sites. Les vacances dans les résidences du groupe sont des lieux et des moments favorables pour prendre conscience de certaines valeurs. Ce sont des parenthèses. Les familles sortent de tout environnement compétitif (le travail, l’école) et peuvent partager et échanger avec leurs enfants. Dans nos sociétés, ces moments d’échanges sont devenus rares. Les vacances, c’est aussi le retour au corps, aux sens, au lien avec la nature. Tout ce contexte nous permet d’introduire une pédagogie ludique, de faire redécouvrir la nécessité de vivre en harmonie avec la nature. »

## DOMAINE DU LAC D’AILETTE, LE CHANTIER « VERT » DE CENTER PARCS

Center Parcs, qui possède déjà la certification environnementale ISO 14001 pour l’ensemble de ses parcs, a fait du chantier du Domaine du Lac d’Ailette, dans l’Aisne, un chantier pilote Haute Qualité Environnementale (HQE). Une responsable assurance qualité environnementale, présente sur le site, a pour mission de contrôler les impacts environnementaux du chantier – respect des animaux et de la flore recensés sur le site, limitation des nuisances vis-à-vis des riverains, tri des déchets, contrôle de l’impact des travaux. Pierre & Vacances participe ainsi avec le Centre Scientifique et Technique du Bâtiment à l’élaboration du futur référentiel de construction environnementale pour les résidences de vacances.



Belle Dune

concept of the “Eco Village”. This Picardy habitat used materials such as slate, wood and brick in a modern and harmonious way. The wooden houses with their coloured façades were inspired by the tradition of coastal villages. Chosen as the pilot site for the group’s sustainable development policy, the village paid particular attention to water and energy consumption, waste sorting and the use of natural spaces (the dunes, the marram grass and the lakes are carefully protected). In addition, the activities offered – sand sailing, cycling and horse riding, were in harmony with the natural environment.

Pierre & Vacances is constantly implementing the initiatives of state bodies and non-governmental organisations by focusing on sustainable development and tourism. In 2005 Pierre & Vacances signed a partnership with WWF – one of the most famous world players in environmental conservation – to deploy an information and awareness programme to educate its own workers and site guests. For the “Nature Villages” project, near the EuroDisney theme park in Marne-la-Vallée, Pierre & Vacances, in partnership with EuroDisney and the British NGO BioRegional, has developed a sustainable action plan which was inspired by the “One Planet Living” approach. This thinking, which aims to reduce the ecological footprint of our way of life to take into account the Earth’s limited resources, has already been successfully applied in England for the main housing at BedZed and for the London Olympics.



DANIEL RICHARD, CEO, WWF FRANCE

“I find it particularly appropriate that a major tourism operator like Pierre & Vacances, devoted to highlighting the beauty and harmony of nature, has taken responsibility for the sustainability and protection of its sites. Holidays in the group’s residences are the ideal place and time to become aware of certain values – a time to pause for thought. Families are out of their competitive environments of work or school and have time to share and discuss things with their children. We don’t get many such opportunities in today’s society. Holidays are also a time to rediscover our bodies, our senses and our links with nature. This context allows us to introduce fun-based education as a way of reminding people of the need to live in harmony with nature.”

## DOMAINE DU LAC D’AILETTE, THE CENTER PARCS “GREEN SITE”

Center Parcs already has ISO 14001 environmental certification for all of its parks, and has made the Lac d’Ailette site in Aisne a pioneer High Quality Environmental site. An environmental quality assurance supervisor is present on site, in charge of managing the environmental impact during the construction phase – protecting site flora and fauna, minimising disturbance to neighbours, sorting waste and controlling the impact of construction work. In this way, Pierre & Vacances is working with the Scientific and Technical Centre for the Building Industry in order to develop a future reference document for environmentally-friendly construction of holiday residences.



Pierre & Vacances village of Cap d'Ail  
Jean Nouvel, architect



#### INSCRIPTION AU REGISTRE DE LA FALAISE PAR JEAN NOUVEL

« Le site de Cap d'Ail? Il est abrupt. Rugueux. Partiellement éventré par une carrière. Presque une falaise. Entre les rochers, sur le versant qui domine la mer, s'accrochent pins et agaves. L'architecture de la résidence Pierre & Vacances, elle aussi s'accroche. En profondeur, elle s'inscrit, renforçant les cassures des rochers. Elle est minérale. Elle est minimale. Faire de la simplicité de la roche polie – en réalité reconstituée. Elle joue de brillances et matitudes – d'affirmations de volumes simples, rythmés, et de disparition de ceux-ci dans la roche, derrière les pins, sous les caillasses et les aloès. La verticalité de la carrière est matérialisée par une cascade. L'eau vient de là-haut, de la moyenne corniche, tombe dans

#### ONE WITH THE CLIFFTOP SURROUNDINGS

**“The Cap d'Ail site is steep, rough, partly hollowed out by a quarry. Almost a cliff. Pines and agaves cling on between the rocks, on the mountainside overlooking the sea. The architecture of the Pierre & Vacances residence takes up this theme. Embedded deeply in the site, highlighting the jagged rocks – both mineral and minimal. A simple polished stone effect is actually reconstituted granite. Combining matt and gloss aspects – simple and regular affirmations of space,**

une piscine bleu caméléon qui joue à se confondre avec l'azur et la mer. Vue de l'intérieur, l'architecture de la résidence est cryptique pour les garages creusés dans le roc, éclairés par de longues fentes horizontales. Elle est panoramique par le cadrage en cinémascope du paysage depuis chaque appartement. Elle se veut calme, sereine et inaltérable dans la simplicité de ses contours et l'unité de sa matière – pierres marbrières polies qui, sous l'ombre et le soleil, appellent le toucher. L'épaisseur de la matière, la fraîcheur liée à la masse et à la profondeur de l'espace font d'elle une architecture inscrite dans le roc, une réminiscence, une inscription dans notre conscience, de ce qui est depuis toujours l'architecture : l'abri, lieu stratégique face aux temps. »

disappearing into the rock, behind the pine trees and under the marl and the aloe. The vertical height of the quarry is highlighted by a waterfall. The water comes from the clifftop above and falls into a chameleon-blue pool in which sea and sky dissolve. Inside, the architecture of the residence is part cryptic - garages dug out of the rock, with light provided by long horizontal slits – part panoramic, with the 'widescreen' views from each apartment. It is calm, serene and immutable in the simplicity of its lines and the unity of its material – polished marble stone which both shade and sunlight invite you to touch. The solidity of the materials and the coolness of the volume and depth of the space combine in an architecture that is engraved in the rock, a memory, an engraving in our consciousness of what architecture has always been: shelter, a strategic place for all weathers.”

## PLUS INNOVANT QUE JAMAIS, PIERRE & VACANCES S'ORIENTE VERS DE NOUVEAUX AXES DE DÉVELOPPEMENT.

Le groupe conquiert le cœur des villes, parie sur l'écotourisme et amorce son développement au-delà de l'Europe. Aucun doute, le modèle inventé à Avoriaz n'a pas pris une ride. Mieux, il a su épouser toutes les évolutions de ces dernières décennies. Aux nostalgiques de la « maison de famille », Pierre & Vacances propose dans ses villages un retour aux sources. « Pour la première fois, à Belle Dune, nous avons pu renouveler une mise en scène idéale de la vie familiale : une maison parfaitement identifiée, différente des autres, bien « à nous », rappelant la « maison de famille » chère aux générations qui nous ont précédées », explique Pierre Diener, l'architecte de Belle Dune. Pour les familles recomposées, les villages prévoient des maisons accolées, avec une porte de communication qui permet de circuler entre les deux ! Center Parcs répond aussi à un besoin très contemporain, celui de se retrouver, dans un endroit sûr et en pleine nature, en famille ou entre amis, loin des agressions et des nuisances urbaines.

Le modèle est transposable dans le monde entier en l'adaptant aux spécificités de chaque marché et aux habitudes locales. Par exemple, les horaires de réception des villages Pierre & Vacances en Espagne sont ajustés en fonction des habitudes ibériques, ou encore, la surface des appartements est redimensionnée. Et aujourd'hui, le groupe s'oriente vers des nouveaux projets de développement, hors d'Europe cette fois.



Pierre & Vacances – Espagne



Center Parcs – Domaine du Lac d'Ailette



Pierre & Vacances – Italie

## MORE INNOVATIVE THAN EVER, PIERRE & VACANCES IS GEARING ITSELF UP FOR NEW LINES OF DEVELOPMENT.

The group is conquering the hearts of cities, investing in ecotourism, and has started developing beyond Europe. Without a doubt, the model created at Avoriaz has not aged one day. Better still, the model has taken on board all of the developments of the intervening decades. For those hankering after the “family home”, Pierre & Vacances offers a return to nature in its villages. “For the first time, in Belle Dune, we were able to recreate an ideal setting for family life: a perfectly identifiable house, different from the others, ‘our very own’, recalling the ‘ancestral home’ dear to previous generations”, explains Pierre Diener, the architect of Belle Dune. For step-families, the villages provide houses that are side by side, with a communicating door between them to go from one to the other. Center Parcs also addresses a very contemporary need, that of being in a safe and natural environment, with family or friends, far from the aggression and pollution of cities and towns. The model is transferable worldwide, with adjustments for the specifics of each market and local customs. For example, reception hours in Pierre & Vacances villages are geared to Spanish habits, as was the surface area of the apartments. Today, the group is working towards new development projects, beyond Europe. To respond to a new kind of urban tourism, that of employees who had to “offshore” for several months, Pierre & Vacances has



Center Parcs – Market Dome de De Vossemeren

Pour répondre à un nouveau tourisme urbain, celui des salariés qui doivent se « délocaliser » professionnellement pour plusieurs mois, Pierre & Vacances a conçu des résidences de tourisme dans les grandes villes et les capitales européennes qui permettent de se sentir « à la maison » loin de chez soi. La plus récente réalisation du Groupe, la prestigieuse tour Paris Tour Eiffel, en témoigne. Elle réunit tous les fondamentaux de Pierre & Vacances : le choix d'un site exceptionnel (le quartier pionnier du Front de Seine, dans le 15<sup>e</sup> arrondissement parisien), le recours à des architectes de renom (le cabinet Valode et Pistre) pour concevoir un concept architectural à la fois audacieux et parfaitement respectueux de l'histoire du site et, enfin, le double métier de constructeur et de gestionnaire de résidences. Pour Pierre & Vacances, les métropoles européennes constituent assurément un champ d'innovation avec un important potentiel de croissance. La conquête des grandes villes européennes se fera en approche directe ou via des partenariats. Troisième défi, enfin, celui de la préservation de l'environnement. L'étude du projet de « Villages Nature » initiée conjointement en 2003 par Pierre & Vacances et EuroDisney marque un nouveau tournant. Pour la première fois, la nature existante et à créer est au cœur d'un territoire de plus de 500 hectares. Dans un espace protégé, les énergies nouvelles sont systématiquement recherchées, la géothermie et les matériaux naturels sont privilégiés. Les deux partenaires souhaitent créer à proximité des Parcs EuroDisney de Marne-la-Vallée une véritable destination touristique composée de quatre villages thématiques (l'eau, la forêt, la terre et le sport), célébrant l'harmonie entre l'homme et la nature, et fondés sur les principes du développement durable.



Pierre & Vacances City – Paris Tour Eiffel

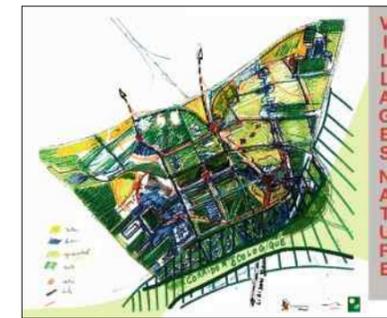


Pierre & Vacances City – Paris Tour Eiffel

## VUE SUR LA VILLE

En choisissant de rénover l'une des tours du Front de Seine, le groupe parie sur un quartier emblématique où, pour la première fois, logement et travail, circulation piétonne et flux automobiles étaient séparés. Les architectes Valode et Pistre ont redessiné la modernité et le prestige du bâtiment en l'habillant d'inox et en dessinant des espaces intérieurs luxueux qui offrent des vues grandioses sur la Seine et la tour Eiffel.

devised tourist residences in large towns and European capitals which allow these employees to feel “at home” even when they are far from their homes. The most recent development of the group, the prestigious Paris Tour Eiffel high-rise, embodies this concept. It brings together all the fundamental features of Pierre & Vacances: an exceptional location (the new Front de Seine neighbourhood, in the 15<sup>th</sup> arrondissement in Paris), the use of acclaimed architects (Valode and Pistre) to devise an architectural concept that is both daring and fully sensitive to both the history of the site and also the dual roles of construction and residence management. For Pierre & Vacances, the European cities are definitely a field of innovation with significant growth potential. Developments in large European cities will be via a direct approach or through partnerships. The third challenge, finally, is to ensure environmental preservation. The “Nature Villages” design study launched jointly in 2003 by Pierre & Vacances and EuroDisney marks a new turning point. For the first time, existing and future nature lies at the heart of an estate covering more than 500 hectares. In a protected environment, where new forms of energy – including geothermal energy and natural materials – will be used wherever possible. The two partners are seeking to create a genuine tourist destination comprised of four themed villages (water, forest, earth and sport) near the EuroDisney parks in Marne-la-Vallée, celebrating the harmony between mankind and nature and based on the principles of sustainable development. “Soft modes” of transport: on foot, on horseback, on boat or on



Dessin conceptuel  
Schematic design

## CITY VIEWS

By choosing to renew one of the Front de Seine towers, the group is investing in an emblematic neighbourhood where, for the first time, accommodation and work, pedestrians and cars are all separated. The architects Valode and Pistre have redesigned the modernity and the prestige of the building by cladding it with stainless steel and by laying out luxurious interiors which afford magnificent views over the Seine and the Eiffel Tower.

Les circulations « douces », à pied, à cheval, en bateau ou à vélo, y seront privilégiées, les voitures étant reléguées à la périphérie des villages. Les logements et les équipements n'occuperont que 10% de la superficie totale du site. Le Bois des Harcholins en Moselle, futur 4<sup>e</sup> domaine de Center Parcs en France, dont l'ouverture est prévue en 2010, est axé sur les énergies renouvelables et les déplacements « doux ». Le style de l'architecte, Jean De Gastines, renforce cette approche environnementale par la symbiose entre modernité et matériaux naturels. En quarante ans, Pierre & Vacances a su épouser et souvent anticiper toutes les mutations du tourisme moderne. Le groupe a grandi, a étoffé ses équipes, s'est ouvert à d'autres cultures et à d'autres générations de managers sans jamais renier ses fondamentaux. Aujourd'hui, il continue à innover en expérimentant sans cesse de nouvelles approches dans ses villages, en structurant ses actions de protection et de valorisation de l'environnement en développant de nouveaux concepts architecturaux et de nouveaux modes de construction. **Aucun doute, quarante ans après Avoriaz, l'innovation et l'esprit des origines sont plus que jamais présents pour dessiner un bel avenir...**

bicycle will be favoured, with cars confined to the edges of the villages. Accommodation and other installations will occupy only 10% of the total area of the site. Les Bois des Harcholins in Moselle, the planned fourth Center Parcs village in France, scheduled to open in 2010, is focused on renewable energy sources and "soft mode" traffic. The style favoured by the architect Jean De Gastines, reinforces this environmental approach with an alliance of modern lines and natural materials. For 40 years, Pierre & Vacances has known how to embrace and often anticipate the changes within modern tourism. The group has grown, expanding its team and opening up to new cultures and new generations of managers without ever going back on its foundational principles. Today, Pierre & Vacances is still innovating, experimenting with new approaches in its villages, structuring its initiatives to protect and promote the environment, developing new architectural concepts and new construction methods. **40 years on from Avoriaz, the innovation and the original mindset are definitely still there, ready as ever to shape a wonderful future...**



Monflanquin



Le Clos d'Eguisheim



Center Parcs – Domaine des Bois-Francis



Houlegate

## 2007 : ARRÊT SUR IMAGE SUR LES GRANDES OUVERTURES

**Center Parcs – Domaine des Bois-Francis** : nouveau spa de 1 000 m<sup>2</sup> inspiré de la philosophie zen et de l'architecture asiatique, agrandissement de l'Aqua Mundo intégrant une animation inédite en Europe, le Tree House, et 204 cottages à l'architecture et au confort repensés.

**Paris Tour Eiffel** : en plein cœur de Paris et à proximité de l'emblématique tour Eiffel, la Résidence Paris Tour Eiffel, de 32 étages, composée de 375 appart'hôtels, complétera l'offre parisienne déjà existante de la marque urbaine.

**Center Parcs – Domaine du Lac d'Ailette** : à moins de 2 heures de Paris, dans l'Aisne, ouverture du 3<sup>e</sup> domaine en France sur un parc boisé de 80 hectares et en bordure d'un lac de 140 hectares. Un Center Parcs nouvelle génération avec 840 cottages, un Aqua Mundo unique en Europe avec 5 200 m<sup>2</sup> de bassins dont 1 900 m<sup>2</sup> de piscines et plus de 60 activités sportives et de loisirs.

**Autres ouvertures** : Le Crotoy, Eguisheim...

## 2007: GRAND OPENING SNAPSHOT

Center Parcs – Bois-Francis Normandy: a new 1,000 m<sup>2</sup> spa inspired by zen philosophy and Asian architecture, an expanded Aqua Mundo integrating totally new events for Europe, the Tree House, and 204 cottages with completely redesigned architecture and installations.

Paris Tour Eiffel: in the heart of Paris and near the emblematic Eiffel Tower, the 32-floor Residence Paris Tour Eiffel is comprised of 375 apart-hotels which will complete the existing Parisian facilities for the city brand.

Center Parcs – The Lac d'Ailette village: less than 2 hours from Paris, in the Aisne, the 3<sup>rd</sup> village in France is opening on 80 hectares of wooded parkland bordering a 140-hectare lake. A new-generation Center Parcs with 840 cottages, an Aqua Mundo unique in Europe with 5,200 m<sup>2</sup> of water, 1,900 m<sup>2</sup> of which are for swimming, and more than 60 sports and leisure activities.

Other forthcoming openings: Le Crotoy, Eguisheim, and more.

1967

- Lancement d'un nouveau concept de station touristique à Avoriaz par Gérard Brémond.  
Launch of a new tourist resort in Avoriaz by Gérard Brémond.
- Création d'un nouveau concept de vacances par Piet Derksen « Villa in the forest idea » à De Lommerbergen aux Pays-Bas.  
Creation of a new holiday concept by Piet Derksen: "Villa in the forest idea" in De Lommerbergen, Holland.

1973

- 1<sup>er</sup> Festival International du Film Fantastique d'Avoriaz.  
1<sup>st</sup> Avoriaz International Festival of Fantastic Film.

1979

- Création de la formule « Nouvelle Propriété ».  
Creation of the "New Property" package.

1980

- Ouverture de la première Résidence Pierre & Vacances à la mer à Juan-les-Pins.  
Opening of the first Pierre & Vacances Residence by the sea to Juan-les-Pins.
- Lancement du 1<sup>er</sup> Paradis Aquatique avec l'ouverture du 6<sup>e</sup> domaine Center Parcs à De Eemhof aux Pays-Bas.  
Launch of the 1<sup>st</sup> Swimming Paradise with the opening of the 6<sup>th</sup> Center Parcs in De Eemhof, Holland.

1986

- Changement de nom : Sporthuis Centrum devient Center Parcs.  
Sporthuis Centrum becomes Center Parcs.

1988

- Implantation du 1<sup>er</sup> Center Parcs en France, en Normandie – Domaine des Bois-Francis.  
Opening of the 1<sup>st</sup> Center Parcs in France: Domaine des Bois-Francis, Normandy.

1990

- Ouverture de Cap Esterel.  
Opening of Cap Esterel.

1997

- Ouverture du premier éco-village « Belle Dune » en baie de Somme.  
Opening of the first eco-village: "Belle Dune" in the baie de Somme.
- Arrivée du 1 000<sup>e</sup> collaborateur.  
Entry of the 1,000<sup>th</sup> colleague.

1998

- Ouverture des deux villages Pierre & Vacances aux Antilles (Guadeloupe + Martinique).  
Opening of the two Pierre & Vacances villages in the French West Indies (Guadeloupe + Martinique).
- Lancement de la première campagne de pub télévisée.  
First TV campaign.

1999

- Acquisition d'Orion Vacances.  
Acquisition of Orion Vacances.
- Introduction en Bourse  
Floatation on the stock market.

2000

- Acquisition de Gran Dorado.  
Acquisition of Gran Dorado.

2001

- Acquisition de Maeva. Acquisition de 50% de Center Parcs.  
Acquisition of Maeva. Acquisition 50% of Center Parcs.
- Prix « Best Environment Respect » aux Hermes Awards, Belle Dune.  
"Hermes Awards – Best Environment Respect" prize in Belle Dune.
- Déménagement du Groupe de la Grande Arche – La Défense à l'Artois dans le 19<sup>e</sup> arrondissement.  
Moving of the Group from La Grande Arche – La Défense to Artois in the 19<sup>th</sup> arrondissement.

2002

- Acquisition de Résidences MGM.  
Acquisition of Résidences MGM.

2003

- Acquisition à 100% de Center Parcs.  
Acquisition 100% of Center Parcs.

2004

- Cap du milliard d'euros de chiffre d'affaires franchi.  
Threshold of one billion euros turnover crossed.
- Création des nouveaux logos pour le Groupe Pierre & Vacances, les marques Pierre & Vacances, Maeva, Résidences MGM, Hôtels Latitudes et les filiales immobilières.  
Creation of new logos for the Pierre & Vacances Group, the brands Pierre & Vacances, Maeva, Résidences MGM, Hôtels Latitudes and the real estate subsidiaries.

2005

- Ouverture de la première Résidence Pierre & Vacances en Espagne.  
Opening of the first Pierre & Vacances Residence in Spain.
- Signature du partenariat avec WWF.  
Signature of the partnership with the WWF.

2006

- Lancement du projet du 4<sup>e</sup> Center Parcs en France.  
Launch of the 4<sup>th</sup> Center Parcs project in France.

2007

- Ouverture du premier Center Parcs développé en commun avec les équipes de Pierre & Vacances : Domaine du Lac d'Ailette dans l'Aisne.  
Opening of the first joint development of Center Parcs with Pierre & Vacances: Domaine du Lac d'Ailette in the Aisne.



THE YEARS LES ANNÉES  
**70**

AVORIAZ  
JUAN-LES-PINS  
PORT BARCARÈS  
FLAINE

THE YEARS LES ANNÉES  
**80**

CHAMONIX  
SAINTE-MAXIME  
PORT DU CROUESTY  
VAL THORENS  
PARIS MONTMARTRE  
LA GRANDE MOTTE  
LA CROIX VALMER  
LA ROCHELLE  
LE TOUQUET  
MANDELIEU  
NICE LES PALMIERS  
LE GRAU DU ROI  
THÉOULE-SUR-MER  
AVORIAZ  
MÉRIBEL  
COGOLIN  
MENTON  
MARINA BAIE DES ANGES  
BELLE PLAGNE

**1968** DE LOMMERBERGEN\*  
**1970** HET VENNENBOS\*  
**1971** HET MEERDAL  
**1972** DE HUTTENHEUGTE  
**1975** DE BERKENHORST\*  
**1979** PARK HEILBACHSEE  
**1980** DE EEMHOF  
**1981** ERPERHEIDE  
**1983** DE KEMPERVENNEN  
**1986** HET HEIJDERBOS  
**1987** DE VOSSEMEREN  
**1988** LES BOIS-FRANCS  
**1989** PARK ZANDVOORT  
PARK LOOHORST  
**1990** PORT ZELANDE  
**1992** BUTJADINGER KUSTE  
**1993** LES HAUTS DE BRUYÈRES  
**1994** PARK HOCHSAUERLAND  
**1995** BISPINGER HEIDE  
**2007** DOMAINE DU LAC D'AILETTE

\* Fermé. Sold.

THE YEARS LES ANNÉES  
**90**

CANNES  
CAP ESTEREL  
BÉNODET  
GASSIN  
MOLHETS  
PORNICHET  
LA TANIA  
LE PRAZ-DE-LYS  
PRALOGNAN  
MÉRIBEL

LES COCHES  
VAL D'ISÈRE  
ANTIBES  
CAP D'AIL  
CAP D'AGDE  
HYÈRES  
LA BAULE  
CAP MORGAT  
CAP COZ  
GRIMAUD

PONT-ROYAL  
RESTANQUES  
AIX  
BORDABERRY  
AVORIAZ  
LA BAULE  
SAINTE-LUCE  
SAINTE-ANNE  
MONACO  
BELLE DUNE

THE YEARS LES ANNÉES  
**2000**

PORNIC  
BELLE ÎLE  
PORT DU CROUESTY  
LACANAU  
PARIS PORTE DE VERSAILLES  
PARIS COURBEVOIE  
PARIS BUTTES CHAUMONT  
PORT-BOURGENAY  
L'ÎLE DE RÉ  
CIBOURE  
SERRE-CHEVALIER  
VALMEINIER  
DOUARNENEZ  
PORT D'ALBRET  
ARGENTAT  
CIBOURE  
GRIMAUD  
HYÈRES  
AX-LES-THERMES  
VAL D'EUROPE/DISNEY  
SAINT-LARY

MARCIAC  
ISOLA 2000  
BISCAROSSE  
LOCHES  
MONFLANQUIN  
VALLOIRE  
SAINT-JEAN-PIED-DE-PORT  
VARS  
LE ROURET  
SOULAC  
CEFALU (ITALY)  
BONMONT (SPAIN)  
LA MONGIE  
PORT-EN-BESSIN  
CHÂTEAU D'OLONNE  
PARIS HAUSSMANN  
PARIS TOUR EIFFEL  
EGUISHEIM  
LE CROTOY  
LE GUILVINEC

## LE GROUPE PIERRE & VACANCES

Le groupe occupe la position unique sur le marché du tourisme de leader européen des résidences de vacances.

Son business modèle est basé sur la synergie de deux métiers : l'immobilier et le tourisme.

Six marques complémentaires composent l'offre du groupe :

- **Pierre & Vacances,**
- **Pierre & Vacances City,**
- **Maeva,**
- **Résidences MGM,**
- **Hôtels Latitudes,**
- **Center Parcs.**

L'originalité du concept repose sur « des vacances en toute liberté avec des services à la carte ».

## PIERRE & VACANCES GROUP

The group occupies a unique position in the tourist market as the European leader in holiday residences.

Its business model is based on the synergy of two businesses: real estate and tourism.

6 complementary brands make up the group's offer:

- Pierre & Vacances,
- Pierre & Vacances City,
- Maeva,
- Résidences MGM,
- Hôtels Latitudes,
- Center Parcs.

The group's original concept is based on the notion of "freedom to choose one's holidays and 'à la carte' services".

## LES HOMMES ET LES FEMMES DU GROUPE

8 500 collaborateurs dont 64,7% sont des femmes. Au sein du Comité Exécutif et autour de **Gérard Brémond** et **Éric Debry**, Directeur Général du Groupe, 7 membres : **Martine Balouka, Patricia Damerval, Isabelle de Wavrechin, Jean Chabert, Antoine de Fombelle, Thierry Hellin** et **Christophe Jeannest**.

## THE MEN AND WOMEN OF THE GROUP

8,500 employees, 64.7% of whom are women. In addition to Gérard Brémond and Éric Debry, the CEO of the group, the Executive Committee has 7 members: **Martine Balouka, Patricia Damerval, Isabelle de Wavrechin, Jean Chabert, Antoine de Fombelle, Thierry Hellin** and **Christophe Jeannest**.

Crédits photo : Burri R./Magnum, Maurer Paul, Mesguen J.-P., Sieff Jean-Loup, X.