

D O S S I E R D E P R E S S E

1 9 6 7 / 2 0 0 7

40 ANS

N O T R E H I S T O I R E A D E L ' A V E N I R

GROUPE
PIERRE & VACANCES

L'année où tout a commencé	p 1
Du swing à Pierre & Vacances	p 3
Les dates-clés	p 3
L'entrée en bourse	p 4
Du Festival d'Avoriaz aux événements multiculturels	p 4
Année 2000 : le développement par croissance externe	p 5
Un groupe, six marques	p 5
Un modèle original basé sur la complémentarité de deux métiers	p 6
Un concept et une liberté révolutionnaires	p 8
Les deux principales formules d'achat de l'immobilier	p 8
Investir et bénéficier d'incitations fiscales	p 9
Une offre touristique incomparable	p 10
Témoignage d'un propriétaire Pierre & Vacances	p 10
Témoignage d'une cliente	p 11
Une entreprise au féminin	p 14
Des nationalités et des cultures diverses	p 14
Témoignage d'une salariée du groupe	p 15
Le réflexe handicap	p 16
Pierre & Vacances : priorité au tourisme durable	p 19
Le WWF, un partenaire naturel de Pierre & Vacances	p 20
Pierre & Vacances et l'architecture	p 20
Rénovations : la montagne au sommet	p 21
Le progrès en temps réel	p 22
Des vacances pour les enfants... et leurs parents	p 25
Pierre & Vacances, Center Parcs : des destins croisés	p 28
La croissance régulière et durable du groupe	p 28
Cap sur l'international	p 29
La création d'emplois	p 29
Center Parcs, le N°1 européen des courts séjours à la campagne	p 31
Les nouveautés du Domaine des Bois-Francis	p 32
Domaine du Lac d'Ailette : Center Parcs nouvelle génération... ..	p 32
Témoignage de Jean Henkens, architecte biologiste	p 33
Pierre & Vacances, la marque historique du groupe	p 34
Un anniversaire aussi pour les clients !	p 34
Maeva, « Pour partager plus que des vacances »	p 35
Pierre & Vacances City : 16 appart'hôtels en France et à l'étranger... ..	p 37
Paris Tour Eiffel : le navire amiral de Pierre & Vacances City	p 37
Résidences MGM, les résidences de prestige à la montagne	p 38
Hôtels Latitudes, des hôtels comme on les aime	p 40
Les chiffres-clés	p 40

40 ANS DÉJÀ !

« POUR SES 40 ANS, NOUS VOUS PROPOSONS

40 FAÇONS DE DÉCOUVRIR LE GROUPE AUJOURD'HUI »

« C'était en 1967. Des neiges couvrant les montagnes d'Avoriaz émergeait un projet qui allait révolutionner à la fois les stations de montagne, l'investissement immobilier touristique et la façon de passer des vacances comme chez soi, tout en bénéficiant de services hôteliers.

Parce que ce projet mariait la construction et le tourisme, nous avons baptisé notre entreprise d'un nom qui résumait bien son concept : Pierre & Vacances.

Au fil des années, la petite société des débuts a grandi. D'une poignée de collaborateurs, nous sommes passés à plus de 8 500 personnes aujourd'hui. À la montagne, à la mer, à la campagne ou en ville, en France et au-delà de nos frontières, Pierre & Vacances s'est installé dans les plus beaux sites pour y bâtir ses appartements, ses maisons et ses villages, intégrant toute la chaîne de vie d'une résidence de vacances, depuis la construction jusqu'à la gestion. D'autres marques nous ont rejoint peu à peu : Maeva, Résidences MGM, Hôtels Latitudes et Center Parcs, faisant de nous le groupe N°1 européen de notre secteur.

Sur le socle de ce riche passé, Pierre & Vacances possède, j'en suis convaincu, un magnifique avenir en élargissant encore ses territoires dans une vision renforcée du tourisme durable. Permettre aux uns de profiter pleinement de la nouvelle civilisation des loisirs, et aux autres d'assurer leur avenir par un placement judicieux, voilà une mission aussi enthousiasmante en 2007 qu'en 1967 !

40 ans d'existence pour Pierre & Vacances, 40 pages déjà remplies et encore de nombreux chapitres à écrire ensemble... »



GÉRARD BRÉMOND
Fondateur
et Président-Directeur Général

L'ANNÉE OÙ TOUT A COMMENCÉ

Nous sommes en 1964. De nombreuses stations de montagne sortent de terre, calquées sur un même modèle d'urbanisme propre aux années 1960 qui fait d'elles de petites villes à la montagne, entre architecture urbaine et voitures dans les rues.

Parmi les sites des futures stations dites de la troisième génération, celui d'Avoriaz est remarquable par sa localisation à 1 800 m, plein sud, en balcon sur la vallée de Morzine. Initié par le champion olympique Jean Vuarnet, ce projet est proposé à Robert Brémond, constructeur entre autres de Garonor qui le confie à son fils de 27 ans, Gérard, diplômé en sciences économiques et administration des entreprises. D'autres représentants de la jeune génération, des architectes, le rejoignent : Jacques Labro, Jean-Jacques Orzoni et Jean-Marc Roques. Leur ambition : faire d'Avoriaz la station projetée vers le futur, en s'affranchissant de la « pensée unique » de l'aménagement et de la construction en montagne. Place à une station sans voitures où l'on circule à pied, en traîneau ou à skis, à une architecture intégrée dans son environnement et à une nouvelle forme de vacances, en appartement, avec des services à la carte. Les fondements de Pierre & Vacances sont élaborés.



DU SWING À PIERRE & VACANCES

Avec un père et un grand-père constructeurs, Gérard Brémond avait une carrière toute tracée. Pourtant, à l'âge de 15 ans, le jeune homme a d'autres rêves que la pierre : musicien, il gagne régulièrement le concours hebdomadaire de l'émission radio « Pour ceux qui aiment le jazz ». Sa Star Académie à lui... Le week-end, il joue de la guitare et de la basse dans un orchestre composé de lycéens de Claude Bernard puis de Janson de Sailly, en compétition avec celui de Sacha Distel. Plus tard, il met des mots sur les notes en rejoignant la rédaction du magazine Jazz Hot, dont il finira par devenir propriétaire ! Tout comme il deviendra actionnaire de la radio TSF Jazz, bien des années après.

Alors quand le jazz est là, tout le reste s'en va ? Non, car en parallèle à la musique, Gérard Brémond suit des études d'économie et de gestion (« oubliant » toutefois certains cours de la faculté au gré des horaires des séances de cinéma du Quartier Latin). Et c'est à 27 ans que se produit l'événement qui changera la partition de sa vie : l'aventure d'Avoriaz et la naissance d'un concept révolutionnaire mariant l'immobilier et le tourisme. L'aventure de Pierre & Vacances est en marche. Sur un tempo de swing...

LES DATES-CLÉS

- 1967 : Gérard Brémond lance à Avoriaz un nouveau concept de station touristique.
- 1970-1997 : Développement du Groupe Pierre & Vacances par l'acquisition de sociétés, la reprise de sites et les développements touristiques majeurs comme Cap Esterel, Port-Bourgenay, Port-Crouesty, Pont-Royal. Lancement de la « Nouvelle Propriété » en 1979.
- 1999 : Acquisition d'Orion Vacances et introduction en bourse.
- 2001 : Achat du Groupe Maeva, N°2 des Résidences de vacances et acquisition de 50 % de Center Parcs Europe.
- 2002 : Acquisition de Résidences MGM.
- 2003 : Le groupe devient actionnaire à 100 % de Center Parcs Europe Continentale.
- 2005 : Ouverture de la première résidence en Espagne. Partenariat avec le WWF-France pour une démarche de progrès environnemental.
- 2007 : Ouverture du Pierre & Vacances City Paris Tour Eiffel et du 3^{ème} domaine Center Parcs en France, le Domaine du Lac d'Ailette.

L'ENTRÉE EN BOURSE

Le 11 juin 1999 a marqué une étape importante dans la vie du Groupe Pierre & Vacances : son entrée en bourse. Cette introduction, à 17,00 €, s'est effectuée sur la place de cotation Euronext Paris, compartiment B. Le Groupe Pierre & Vacances figure dans les indices SBF 120, CAC Mid 100 et NextPrime. Sa valorisation en Bourse est multipliée par plus de 5 depuis sa première cotation. L'actionnariat est resté très stable : 50,18 % du capital (et 66,6 % des droits de vote) sont détenus par la Holding Gérard Brémond, 48,52 % par le public, 0,43 % par les salariés et 0,87 % en autocontrôle.

DU FESTIVAL D'AVORIAZ AUX ÉVÉNEMENTS MULTICULTURELS

Créé en 1973, le Festival International du Film Fantastique s'est aussitôt révélé un excellent tremplin médiatique, l'architecture futuriste et les ambiances ouatées d'Avoriaz offrant un décor rêvé aux amateurs d'étrange et d'onirique. Pendant vingt ans, le Festival a constitué un rendez-vous incontournable : Steven Spielberg y a présenté « Duel » en 1973, Brian de Palma a remporté le grand prix 1975 avec « Phantom of Paradise », David Lynch en 1981 avec « Elephant Man ».

Prenant le relais du cinéma et d'Avoriaz, c'est dans son village de Pont-Royal-en-Provence, entre Aix et Avignon, que le Groupe Pierre & Vacances a choisi d'ancrer ses activités culturelles. En 2002 ont été créées les Académies de Pont-Royal dont le but est de favoriser et de promouvoir l'émergence de nouveaux talents dans différentes disciplines artistiques : musique classique, jazz, arts plastiques et, bientôt, art dramatique. Formations et rencontres de haut niveau donnent lieu chaque année à des manifestations ouvertes au public, résidents de Pont-Royal et habitants de la région.

Autres rythmes, autres succès : un thème musical composé pour la campagne de publicité de Center Parcs, « State of Happiness », a figuré au cours des derniers mois en tête du box office néerlandais !

ANNÉES 2000 : LE DÉVELOPPEMENT PAR CROISSANCE EXTERNE

Après avoir installé et développé son concept dans les années 1970, le Groupe Pierre & Vacances a fait évoluer sa stratégie de croissance en procédant à des acquisitions importantes au tournant du XXI^e siècle.

Le Groupe a ainsi accru ses positions en France avec les rachats successifs d'Orion Vacances (1999), Maeva (2001) et Résidences MGM (2002). Il est ensuite devenu leader en Europe sur le marché des courts séjours avec l'acquisition de 100 % de Center Parcs (2003).

Cette politique de croissance externe se poursuit aujourd'hui de manière sélective. Associée à une démarche d'achat de propriétés auprès des institutionnels (rénovées puis revendues à des acquéreurs particuliers), elle permet d'élargir l'offre complémentirement à la croissance organique du groupe par son développement immobilier.

UN GROUPE, SIX MARQUES

Plus de 45 000 appartements ou maisons, plus de 210 000 lits, 213 destinations en France et en Europe, dans les 4 univers : à la mer, à la montagne, à la campagne ou en ville. Le positionnement de N°1 européen des Résidences de vacances se décline au travers de six marques complémentaires : Pierre & Vacances, Pierre & Vacances City, Maeva, Résidences MGM, Hôtels Latitudes et Center Parcs.

UN MODÈLE ORIGINAL BASÉ SUR LA COMPLÉMENTARITÉ

DE DEUX MÉTIERS

Se développant au travers de deux secteurs complémentaires - l'immobilier et le tourisme - le Groupe Pierre & Vacances maîtrise de A à Z toute la chaîne de vie d'une résidence de vacances, depuis l'achat du terrain et la construction, jusqu'à la commercialisation des appartements et leur gestion locative.

Le pôle immobilier compte trois entités : Pierre & Vacances Développement France et International, chargée de la recherche de sites à développer en France et à l'étranger, et Pierre & Vacances Promotion Immobilière pour le choix des architectes et la réalisation de la construction.

Pierre & Vacances Conseil Immobilier est chargée de vendre auprès d'acquéreurs particuliers les appartements ou maisons neufs ou rénovés.

Les filiales touristiques prennent ensuite livraison des nouvelles résidences et assurent, pour le compte de leurs propriétaires, la gestion quotidienne et la commercialisation touristique.

Cette complémentarité des métiers - modèle spécifique du Groupe Pierre & Vacances - offre un double avantage : pour le groupe, ces deux activités « contre-cycliques » permettent de résister à des crises conjoncturelles économiques ou immobilières. Pour les clients, l'intégration de deux activités impose une rigueur absolue dans la recherche du confort, de la qualité du site et de l'architecture et de la durabilité des appartements.



UN CONCEPT ET UNE LIBERTÉ RÉVOLUTIONNAIRES

En 1967, pendant que ses architectes inventent la future station d'Avoriaz, Gérard Brémont a l'idée de transposer à l'immobilier touristique une technique propre à l'immobilier classique : la vente sur plan d'appartements. Et il bouleverse les habitudes en proposant aux acquéreurs un prix avantageux, à condition qu'ils louent leur appartement aux périodes où ils ne l'occupent pas, en assumant pour eux toutes les contraintes de gestion et d'entretien. La « Nouvelle Propriété » et l'immobilier touristique sont nés. Avec les résidences de vacances, les Français découvrent une alternative à l'hôtellerie et à la location traditionnelle : des appartements confortables avec cuisine tout équipée où l'on se sent comme chez soi, en toute indépendance, mais avec l'avantage de bénéficier de services hôteliers inclus ou à la carte.

L'expérience acquise à Avoriaz sera progressivement mise en œuvre à Val d'Isère et aux Ménuires, mais aussi au bord de la mer, à Juan-les-Pins ou Sainte-Maxime, avec l'appui des collectivités locales qui, aux résidences secondaires fermées onze mois sur douze, préfèrent les « lits chauds » de la gestion locative pendant toutes les saisons touristiques.



LES DEUX PRINCIPALES FORMULES D'ACHAT DE L'IMMOBILIER

La formule « Propriété avec séjours Pierre & Vacances » offre à l'acquéreur la possibilité de cumuler séjours pour ses vacances et revenus garantis nets de toute charge (hors impôt foncier). La formule « Propriété Financière Pierre & Vacances » permet à l'investisseur de recevoir un loyer en numéraire annuel garanti sur neuf ans.

INVESTIR ET BÉNÉFICIER D'INCITATIONS FISCALES

Quatre statuts fiscaux sont proposés aux acquéreurs immobiliers :

- La Location en Meublé Non Professionnelle (LMNP) : les frais de notaire, la taxe foncière, les amortissements sur l'immobilier et le mobilier sont déductibles des loyers.
- La Location en Meublé Professionnel (LMP) : ce statut permet à l'investisseur, soit de disposer de revenus réguliers, soit de créer ou développer un patrimoine grâce à une épargne régulière, aux loyers et aux économies d'impôts sur le revenu générées par son statut. Il bénéficie d'avantages fiscaux en matière d'ISF, de plus-values, de transmission et de revenus défiscalisés à long terme. Dans le cadre de ce statut fiscal, deux conditions sont indispensables : inscription au RCS et 23 000 € TTC minimum de recettes locatives annuelles.
- Le dispositif fiscal de Zone de Revitalisation Rurale (ZRR) : il procure une réduction d'impôt de 25 % du prix d'acquisition HT, applicable pour un couple marié avec un plafond de 100 000 €. La réduction d'impôt est indépendante de la tranche d'imposition et ne dépend que d'un critère géographique du bien à l'achat.
- Le crédit rénovation : l'acquisition d'un appartement destiné à la location et situé dans une résidence de tourisme permet de bénéficier, sous certaines conditions (logement achevé avant 1989) et dans certaines zones géographiques, d'une réduction d'impôt de 20% étalée sur 6 ans et calculée sur le prix de revient de l'appartement majoré des travaux dans la limite de 100 000 € pour un couple marié.

UNE OFFRE TOURISTIQUE INCOMPARABLE

Avec six marques complémentaires - Pierre & Vacances, Pierre & Vacances City, Maeva, Résidences MGM, Hôtels Latitudes et Center Parcs - 213 destinations en France et en Europe, à la mer, à la montagne, à la campagne ou en ville, plus de 45 000 appartements et maisons, le Groupe Pierre & Vacances propose un choix et une offre touristique sans équivalent en Europe. Séjours courts ou longs, en couple, en famille ou entre amis ; séjours d'affaires ou de loisirs ; besoin de ressourcement, de sports, d'animations, de découvertes, de convivialité, de prestige, de confort : toutes les envies trouvent une réponse avec l'une des marques du Groupe Pierre & Vacances. Avec toujours le même concept fondamental : permettre de vivre des vacances en toute liberté avec des services à la carte.

« JE SUIS PROPRIÉTAIRE ET JE N'AI RIEN À GÉRER »

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

« Il y a quelques années, je travaillais à l'étranger. Nous avons d'abord acheté un appartement à Cap Esterel, un achat « coup de cœur ». L'endroit était vraiment magnifique, idéal pour venir passer nos vacances en France, au soleil.

Puis à Avoriaz, où nous allions skier régulièrement, 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. »

« J'AI TESTÉ TOUTES LES FORMULES DE VACANCES »

NATHALIE N., ÉPINAL

« **E**nfant, je passais toutes mes vacances dans la maison de campagne de mes parents, qui avait appartenu à mes grands-parents. Bien sûr, j'ai d'excellents souvenirs de cette maison de famille, mais cette propriété nous a empêché de découvrir d'autres régions. Posséder une résidence secondaire n'incite pas à partir « ailleurs »... Devenue adulte, j'ai pu découvrir d'autres horizons, en utilisant différentes formules. Les hôtels, tout d'abord. Le choix est vaste, des plus beaux... aux plus décevants ! La qualité se paie au prix fort, sous peine d'être déçue par la vétusté des installations, la petitesse des chambres et le style anonyme. Et pour les repas, une seule solution : les restaurants. Gros budget à prévoir ! J'ai aussi testé la location. Là encore, le pire côtoie le meilleur et dénicher (à distance) la bonne adresse a tout du parcours du combattant. Parfois, l'écart est grand entre les descriptions des agences et ce que l'on trouve en arrivant. Un jour, des amis m'ont parlé de Pierre & Vacances, et nous avons testé. D'abord, le choix est vaste. Mer ou montagne, avec mon mari et mes enfants, nous suivons nos envies. Après plusieurs séjours dans différentes régions, je sais que l'on n'est pas déçu du confort et des installations des résidences. Une vraie sécurité. Que ce soit avec Maeva ou Pierre & Vacances, on passe des vacances en toute indépendance, sans horaire imposé pour les repas. On se sent un peu comme chez soi, mais avec la possibilité de profiter de différents services hôteliers. Certains sont inclus, d'autres à la carte. Nous nous offrons ainsi des séjours sur mesure, avec un très bon rapport qualité/prix. Et il existe une vraie convivialité dans ces résidences. On se dit bonjour, les enfants nous mettent en relation avec d'autres familles et on rencontre des personnes d'autres régions. On est chez soi, mais pas coupé du monde. Maintenant, nous avons envie de profiter de cette formule pour partir en Espagne. »





UNE ENTREPRISE AU FÉMININ

La parité hommes/femmes ? Au sein du Groupe Pierre & Vacances, ce débat a été dépassé depuis longtemps puisqu'au sein de l'entreprise, près des deux-tiers du personnel sont féminins (64,7 % contre 35,3 % d'hommes). Près de 50 % des directeurs de site et plus de 42 % des cadres sont des femmes, bien au-delà des statistiques nationales.

À la tête du groupe, le Comité Exécutif est très féminin. Il compte trois femmes : Martine Balouka, Directeur Général de Pierre & Vacances Tourisme France, Patricia Damerval, Directeur Général Adjoint Finance et Isabelle de Wavrechin, Directeur Général de Pierre & Vacances Conseil Immobilier.



DES NATIONALITÉS ET DES CULTURES DIVERSES

La diversité des implantations touristiques du Groupe Pierre & Vacances sur le territoire européen se retrouve dans la nationalité des collaborateurs et leur répartition géographique : 54,7 % en France, 26,9 % aux Pays-Bas, 9,6 % en Allemagne, 8,3 % en Belgique et 0,5 % en Italie et en Espagne.

Par ailleurs l'action entreprise il y a quatre ans avec l'association SOS Racisme et l'AFIJ (« Ça va être possible »), a permis d'enregistrer les premiers succès en termes de recrutement de jeunes diplômés d'origine étrangère.

FARÉDA : « J'AI VU GRANDIR PIERRE & VACANCES »

« Je voulais tenter une autre aventure. Aide-soignante, après quinze années passées en milieu hospitalier, il me fallait un autre horizon ». Ce nouvel horizon, c'est grâce au mari de sa sœur que Faréda va le trouver, il y a 18 ans. « Mon beau-frère était chauffeur de Robert Brémond. Il m'a dit que sa société cherchait une nouvelle standardiste-hôtesse d'accueil. Du monde des loisirs, je ne savais rien, d'ailleurs je n'étais jamais partie en vacances. J'ai pris rendez-vous avec le directeur, qui m'a demandé si j'avais déjà travaillé à ce poste » - « Bien-sûr », ai-je répondu. En fait je n'avais jamais vu un standard de ma vie... J'ai rejoint dans son bureau l'hôtesse qui s'apprêtait à partir en retraite et, longuement, je l'ai regardée jongler avec les touches du téléphone, répondre en souriant à l'un, renseigner un autre avec précision. À un moment, elle m'a dit : « À toi, essaie ». Au premier appel téléphonique, j'ai lancé très vite : « Pierre Vacances, bonjour ». « Non, non, ai-je entendu murmurer derrière moi, il faut dire Pierre ET vacances ! »

Nous sommes le 15 décembre 1988. Faréda entre officiellement chez Pierre & Vacances, où son goût des gens et du contact la fait aussitôt adopter par toute l'entreprise.

Au fil des années, elle verra les jeunes collaborateurs se marier, avoir des enfants ; elle suivra les évolutions de carrière, assistera au développement de la société. « Nous étions 70 quand je suis arrivée, nous sommes aujourd'hui plus de 900 au siège ». Dont cinq hôtesse qui, dans le hall des bureaux de l'Artois, sont toujours le premier sourire de l'entreprise...

Les presque deux décennies qui se sont écoulées ont fait de Faréda la mémoire vivante de Pierre & Vacances. « Ici, c'est ma famille », dit-elle. D'ailleurs, ses trois filles et son fils ont rejoint un jour les équipes, le temps d'un stage ou définitivement.

Si l'on veut entendre Faréda, il suffit de téléphoner au siège. Et pour la voir quand on n'est pas parisien ? Il existe une solution : aller au cinéma ! Il y a cinq ans, elle a joué un rôle dans un film, grâce à l'un de ses gendres cinéaste. Et il se dit que l'on pourrait à nouveau la découvrir à l'écran prochainement. Pierre & Vacances & Cinéma... >>

LE RÉFLEXE HANDICAP

Chez Pierre & Vacances, intégrer la diversité et le handicap a toujours été une préoccupation : au sein des résidences de vacances en offrant la possibilité d'accueillir des clients à mobilité réduite, mais aussi dans l'entreprise elle-même. Cette orientation s'inscrit dans la culture de l'entreprise : le service aux personnes. En 2005, un accord d'entreprise a été formalisé en faveur de l'insertion de collaborateurs handicapés au sein du groupe et la mission Solidarité Handicap a été créée.

Cette mission mobilise des aides financières pour l'adaptation des postes de travail, le déplacement, la formation ou la réorientation professionnelle d'un collaborateur affrontant une situation de handicap. Par ailleurs, elle tient à la disposition des recruteurs du groupe un « vivier » de candidatures de travailleurs handicapés.

Le groupe manifeste aussi son engagement en passant des commandes auprès de fournisseurs du secteur protégé, contribuant à l'insertion de personnes handicapées dans le monde du travail.



PIERRE & VACANCES : PRIORITÉ AU TOURISME DURABLE

En 1967, la toute nouvelle station d'Avoriaz était conçue « sans voitures ». Et les résidences étaient équipées de radiateurs électriques, en lieu et place des habituelles chaudières à fioul. Une double révolution. Depuis sa création, le Groupe Pierre & Vacances inscrit sa stratégie dans une démarche de développement durable et de respect de l'environnement, des hommes et des cultures. Et cela de l'amont, en tant que maître d'ouvrage, à l'aval, en tant qu'exploitant. Aujourd'hui plus que jamais, la réduction de la consommation d'énergie et d'eau constitue un paramètre important au moment de concevoir ou de rénover une résidence, dans une véritable démarche d'éco-construction. 80 % de nos résidences sont équipées de minuteriers dans les parties communes et des détecteurs de présence sont mis en place, 43 % disposent de limiteurs de débit d'eau.

En 2005, le village de Belle Dune, en baie de Somme, a été choisi pour tester et valider différentes actions environnementales comme la mise en place d'un diagnostic énergétique visant à limiter les déperditions, l'élaboration d'un plan de gestion des espaces naturels du site, l'optimisation du tri des déchets, la sensibilisation des clients au respect de l'environnement par des éco-gestes ou la promotion des produits issus de l'agriculture biologique et de la production locale.

L'intégration maximale du bâti dans son environnement est systématiquement recherchée. C'est généralement le paysagiste qui intervient bien avant l'architecte. Ainsi, lors de la conception des nouveaux cottages du Center Parcs du Domaine du Lac d'Ailette dans l'Aisne, c'est l'architecte-paysagiste Thierry Huau qui a assuré l'intégration de ces cottages dans la forêt et la mise en valeur de l'espace naturel.

LE WWF, UN PARTENAIRE NATUREL DE PIERRE & VACANCES

En soutien à l'engagement résolu et durable du Groupe Pierre & Vacances en faveur de l'environnement, un accord de partenariat a été signé avec l'organisation mondiale de protection de l'environnement WWF. L'objectif de ce partenariat est de guider le Groupe Pierre & Vacances dans l'identification des priorités d'action et dans l'accompagnement de la mise en œuvre d'actions de sensibilisation. Dès l'été 2005, des premiers jeux de sensibilisation ont été conçus pour les enfants avec les « Mardis de l'Environnement ». En 2006, des pandas géants ont permis de faire passer des messages sur les éco-gestes à plus de 30 000 personnes. En 2007, Pierre & Vacances se mobilise sur le bois avec la mission Bois du WWF.

PIERRE & VACANCES ET L'ARCHITECTURE

Le lien unissant Pierre & Vacances et l'architecture s'est noué dès la naissance conjointe de l'entreprise et de la station d'Avoriaz, en 1967. Au côté de Gérard Brémont, trois jeunes architectes, Jacques Labro, Jean-Jacques Orzoni et Jean-Marc Roques, conçoivent « l'architecture mimétique » par laquelle, formes, volumes et matériaux s'intègrent harmonieusement au paysage naturel. En 1969, la nouvelle station sera d'ailleurs distinguée par l'attribution de l'Équerre d'argent.

Au fil des années, le groupe saura s'entourer des plus grands noms de l'architecture pour concevoir de nouveaux villages et résidences qui marqueront leur époque : François Spoerry (le père de la cité lacustre de Port Grimaud) pour les Parcs de Grimaud, Christian de Portzamparc à Antibes, Jean Nouvel à Cap d'Ail, Pierre Diener à Belle Dune et pour le Domaine Center Parcs du Lac d'Ailette. Pour réaliser le nouvel appart'hôtel Paris Tour Eiffel dans l'une des tours du Front de Seine (ouverture en mars 2007), les architectes Valode et Pistre ont cultivé avec audace l'esprit des années 1970 : l'ancienne façade a ainsi été remplacée par un habillage inox, signant le prestige et la modernité du nouveau building.

Autre cadre, autre philosophie : chez Center Parcs, la priorité a été donnée par les architectes à l'intégration absolue dans l'environnement, comme Jean de Gastines pour la conception des nouveaux cottages du Center Parcs des Bois-Francis.

RÉNOVATIONS : LA MONTAGNE AU SOMMET

Les marques Pierre & Vacances et Maeva mènent une politique ambitieuse de rénovation des résidences bâties dans les années 80 et 90 (montants investis en 2005 : 169 M€, 2006 : 219,5 M€).

Ces rénovations participent de la volonté de répondre aux attentes de la clientèle en matière de confort et d'équipements haut de gamme.

Depuis ces quatre dernières années, ce sont quelques 3 000 appartements qui ont fait l'objet d'une rénovation totale, avec des surfaces plus spacieuses, de nouvelles décorations et un mobilier remplacé.

Pierre & Vacances a, par exemple, rénové pour la saison hiver 2006-2007 quatre de ses résidences à la montagne, au cœur de stations très cotées : Val d'Isère, Belle Plagne, Méribel-Mottaret et Alpe d'Huez.

Maeva en a fait de même avec cinq résidences dans les Alpes et les Pyrénées : Val d'Isère, Megève, Méribel, Font-Romeu et La Mongie.

LE PROGRÈS EN TEMPS RÉEL

Télévision, électro-ménager, hifi, multimédia... Au cours des dernières décennies, de nombreuses innovations et évolutions technologiques sont venues modifier, et parfois bouleverser, notre vie quotidienne. Le Groupe Pierre & Vacances s'en fait l'écho en intégrant ces équipements dans son offre.

Ainsi, dès la création de la station d'Avoriaz, en 1967, aux dispositifs classiques de chauffage au fioul ont été préférés les radiateurs électriques, à la fois plus performants et moins polluants. Par la suite, au fil des conceptions de nouvelles résidences et des rénovations, des appareils comme le lave-vaisselle, le four à micro-ondes, la plaque de cuisson vitro-céramique, la télévision à écran plat ou le système wi-fi équipent les appartements des résidences, apportant un surcroît de confort et d'agrément.

Mais au-delà de la technologie, Pierre & Vacances s'attache à suivre au plus près les évolutions de la société elle-même. Familles monoparentales ou recomposées trouvent toujours dans les résidences des logements adaptés, comme de grands appartements communicants prêts à accueillir toutes les tribus. Il est également proposé des tarifs spéciaux pour les groupes d'amis souhaitant louer plusieurs studios.

Cures de thalassothérapie et de balnéothérapie, séances de massage, la quête du bien-être propre à notre époque trouve également une réponse délassante dans les résidences et villages du groupe. Pour les adolescents, plusieurs villages Pierre & Vacances offrent un espace baptisé « Le SpOt », véritable QG disposant de jeux vidéo, lecteurs DVD et matériel audio. Enfin, nouvelle technologie oblige, les clients arrivant sur leur lieu de vacances sont prévenus par SMS dès que leur appartement est prêt.



DES VACANCES POUR LES ENFANTS... ET LEURS PARENTS

Quand on part en famille, il est essentiel de pouvoir concilier occupations pour les enfants et tranquillité pour les parents ! Aussi les marques du Groupe Pierre & Vacances proposent des activités enfants ludiques et sportives spécifiques, adaptées à toutes les tranches d'âge.

Chez Maeva, une nouvelle classification identifie les résidences avec animation, ce critère original reposant pour une grande part sur l'existence de clubs enfants et d'animation ados. Les Résidences Club (♥♥♥ dans la classification Animation) proposent ainsi des activités spécifiques pour les enfants de 3 à 12 ans (à partir de 6 ans pour les Résidences ♥♥ et ♥) et pour les ados de 13 à 17 ans. Les enfants sont encadrés par des équipes d'animateurs qualifiés pendant la durée des vacances scolaires. Sports collectifs, activités manuelles, ou préparation de spectacles, les animations de journée et/ou de soirée sont incluses dans les tarifs en fonction des tranches d'âge : Maison des enfants de 3 à 5 ans et Kid's de 6 à 12 ans.

Chez Pierre & Vacances, les résidences portant le label « Recommandées par les enfants » garantissent la présence d'aires de jeux, de pataugeoires et d'espaces verts adaptés aux plus jeunes. Dans les villages, des clubs enfants à la carte sont proposés : Club Baby (3-35 mois), Club Mini (3-5 ans), Clubs Kid's (6-8 ans), Juniors (9-12 ans), Teens (13-15 ans) et Fun (16-18 ans).

Dans certains villages, les ados bénéficient d'un nouvel espace dédié, le SpOt, adapté à leurs attentes avec une « cool zone » (coin salon/détente), un grand écran, un accès à Internet et tout pour faire la fête : table de mixage, éclairages et piste de danse...

Chez Center Parcs, les enfants bénéficient aussi d'une large palette d'activités adaptées comme l'Experience Factory, la salle d'escalade, le Monde des Enfants, la House of Games, le coin des tout-petits, les ateliers magie, les fermes des enfants, les clubs de poney, etc.





PIERRE & VACANCES, CENTER PARCS : DES DESTINS CROISÉS

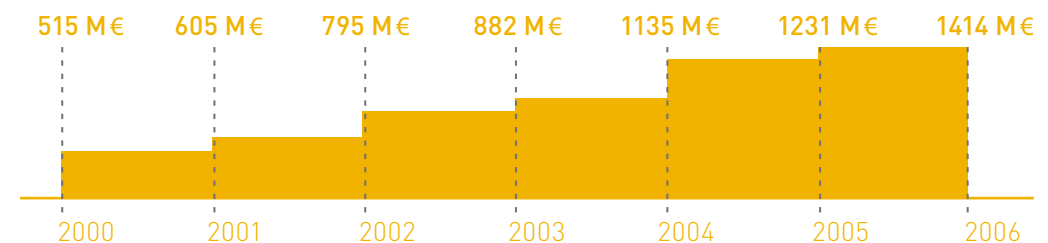
Gérard Brémont, Piet Derksen. Un Français et un Néerlandais. Le premier crée la station d'Avoriaz et invente le concept Pierre & Vacances en 1967, offrant aux Français un nouveau style de stations de sports d'hiver et un mode de séjour inédit. Le second imagine un village de cottages en pleine forêt de Lommerbergen en 1968, offrant aux citoyens hollandais des vacances en pleine nature. Deux histoires, deux créations majeures et bien des points communs, entre goût de l'innovation, sens du service et respect de la nature. Le concept inauguré à Avoriaz donnera naissance au Groupe Pierre & Vacances. Le premier Center Parcs aura cinq petits frères, toujours aux Pays-Bas, avant que n'apparaisse le célèbre domaine « De Eemhof », en 1978, avec son paradis aquatique tropical révolutionnaire. En 1989, Piet Derksen se retire, confiant l'avenir de Center Parcs à une société écossaise. Pierre & Vacances en reprendra 50 % du capital en 2000, puis la totalité en 2003. En 2007, les deux marques quadra, désormais réunies au sein du même groupe, mais fortes de leur propre histoire et de leur personnalité, se développent en conservant leur identité. Innovation, vacances, nature : l'esprit des fondateurs de Pierre & Vacances et de Center Parcs est bien là...

LA CROISSANCE RÉGULIÈRE ET DURABLE DU LEADER EUROPÉEN

DES RÉSIDENCES DE VACANCES

Depuis 1999 et l'entrée du titre en bourse, la réactivité, la culture du résultat ainsi que la force de son modèle économique basé sur la synergie entre deux métiers - l'immobilier et le tourisme - ont permis au Groupe Pierre & Vacances de poursuivre une croissance stable et régulière malgré les aléas de la conjoncture économique.

La croissance du chiffre d'affaires atteste de ce développement constant :



CAP SUR L'INTERNATIONAL

Né dans les montagnes des Alpes du Nord françaises, le Groupe Pierre & Vacances a peu à peu développé son concept au bord de la mer, à la campagne, puis au cœur des villes, en France tout d'abord, mais ensuite dans d'autres pays européens.

Les marques Pierre & Vacances, Maeva, Center Parcs, Pierres & Vacances City ont ainsi développé des offres touristiques en Italie et en Espagne, aux Pays-Bas, en Allemagne et en Belgique, en Martinique et en Guadeloupe. En Espagne, le Groupe Pierre & Vacances a pour objectif de gérer près de 5 000 appartements en 2009.

L'internationalisation du groupe au travers de son offre touristique (avec 45 % du chiffre d'affaires réalisé en 2005 hors de France), s'effectue aussi par l'activité de son pôle immobilier. Le développement d'une première résidence haut de gamme en Espagne (Bonavista Bonmont sur la Costa Dorada), et de grands projets du type Paris Tour Eiffel, ont permis de diversifier l'origine géographique des acquéreurs immobiliers (Anglais, Irlandais, Espagnols...).

Projet d'un nouveau Center Parcs en Moselle pour répondre aux attentes de la clientèle allemande, d'appart'hôtels Pierre & Vacances City en Belgique et en Espagne : le développement d'une offre touristique de qualité en Europe est, plus que jamais, une priorité. Enfin, le groupe se prépare aussi à proposer bientôt une nouvelle destination, hors du continent européen cette fois : le Maroc.

LA CRÉATION D'EMPLOIS

Chaque projet mené par le Groupe Pierre & Vacances crée un grand nombre d'emplois successivement dans la phase de construction, puis de façon pérenne par les activités d'exploitation et de gestion. Aujourd'hui, le groupe emploie 8 500 collaborateurs en équivalent temps plein et plus de 15 000 personnes en haute saison, auxquels s'ajoutent autant d'emplois indirects. Au-delà des postes créés d'abord dans le secteur du bâtiment, puis dans les domaines aussi divers que la restauration, la gestion, l'accueil, la maintenance, l'entretien ou les loisirs, la gestion d'une résidence, d'un village, d'un Center Parcs, d'un hôtel génère également un surcroît d'activité pour les entreprises et les commerces locaux, ainsi que pour l'économie départementale et régionale. Par exemple, l'exploitation du nouveau Center Parcs du Domaine du Lac d'Ailette, dans l'Aisne (ouverture en 2007), nécessite la création de 690 emplois directs, dont 490 à temps complet. Sa construction, pendant 23 mois, a représenté 420 000 heures de travail et 300 emplois en équivalent temps complet dans le bâtiment.

Complémentairement, le chiffre d'affaires prévisionnel généré dans l'économie départementale est évalué à 16,5 millions d'euros par an.



CENTER PARCS, LE N°1 EUROPÉEN DES COURTS SÉJOURS À LA CAMPAGNE

Aujourd'hui, Center Parcs c'est seize villages (deux en France, huit aux Pays-Bas, quatre en Allemagne et deux en Belgique), plus de 10 000 cottages et de 50 000 lits et plus de 3 millions de clients. Créé en 1967 aux Pays-Bas, le concept Center Parcs reste sans équivalent en Europe en offrant dans un vaste espace de verdure et de lacs, une détente de quelques jours en famille ou entre amis, axée sur la nature et le bien-être, loin du stress de la ville, mais proche de chez soi...

Ce concept répond à un besoin fort et durable puisque les taux de fréquentation des villages Center Parcs sont remarquablement élevés avec un chiffre supérieur à 80 % en moyenne à l'année (93 % dans les villages français).

Center Parcs propose en location des cottages de 4 à 8 personnes au cœur de domaines forestiers situés dans les plus belles régions naturelles européennes, à moins de deux heures de route des centres urbains, mais préservés de toute pollution (circulation uniquement à pied ou à vélo à l'intérieur des domaines).

Les cottages de trois catégories (Confort, Premier et VIP) sont construits et conçus pour s'intégrer parfaitement à l'environnement, dans le respect de la nature.

L'une des principales spécificités de Center Parcs est la grande variété et le niveau de ses équipements sportifs et de loisirs. À commencer par ses célèbres Aqua Mundo : des espaces aquatiques couverts de 4 500 m² accueillant sous un vaste dôme transparent piscine à vagues, jeux d'eau, toboggans, jacuzzi, solarium, rivière sauvage, le tout à une température de 29 °C toute l'année, dans un décor tropical.

De multiples activités sont par ailleurs proposées à la carte : tennis, golf, équitation, parcours dans les arbres, bowling, etc. La plupart des Center Parcs comportent également un centre de remise en forme intégré, des espaces spa, balnéothérapie, sauna, hammam.

LES NOUVEAUTÉS DU DOMAINE DES BOIS-FRANCS

En Normandie, le Domaine des Bois-Francis réunit tout ce que Center Parcs peut offrir en matière de bien-être et de dépaysement, à la fois si près et loin de tout... Un château du XIXe siècle, une propriété forestière de 310 hectares, une ferme équestre, un parcours de golf... Ajoutez à cela un tout nouveau spa de plus de 1 000 m² inspiré de la philosophie zen et de l'architecture asiatique, et un espace aquatique (Aqua Mundo) considérablement agrandi et rendu plus impressionnant encore avec une animation inédite en Europe : le Tree House. Au milieu de 11 000 plantes provenant de forêts contrôlées d'Asie du Sud-est, les enfants pourront évoluer jusqu'à 9 m de hauteur (point le plus haut) sur une plate-forme de jeux aquatiques. Sans oublier des pistolets à eau, des tuyaux d'arrosage, des toboggans, une piscine cachée recelant bien des surprises et un inédit de taille : un énorme seau d'eau qui déversera régulièrement (en toute sécurité) 900 litres d'eau sur les baigneurs.

Nouveauté encore pour cet hiver 2006-2007, les 204 cottages « Style », dont l'architecture signée Jean de Gastines marie bois et lignes modernes.

DOMAINE DU LAC D'AILETTE : CENTER PARCS NOUVELLE GÉNÉRATION

C'est dans l'Aisne, à moins de deux heures de la capitale, que Center Parcs ouvrira pour l'été 2007 son troisième domaine en France. Proche de la région Nord-Pas de Calais, du Benelux et de l'Angleterre, ce Center Parcs bénéficiera également de la mise en service d'une gare TGV à Reims.

80 hectares de parc boisé en bordure d'un lac de 140 hectares : entre eau et forêt, le Domaine du Lac d'Ailette offrira intimité et élégance, mais aussi fusion entre habitat et nature. A travers le jeu et le rythme des façades, les couleurs des matériaux (bois, tuiles et briques dans un style issu des terroirs de l'Aisne), l'aménagement des espaces, et leur décoration, les 861 cottages sont parfaitement intégrés dans l'environnement verdoyant. Des terrasses privatives en bois, véritables pièces à vivre, offriront par exemple un superbe regard sur le lac.

Si le vaste plan d'eau, cadre de nombreuses activités nautiques, constitue le trait d'union entre toutes les facettes du domaine (centre-village, services, boutiques, restaurants...), l'Aqua Mundo en est l'un des atouts-phares : 5 200 m² de bassins, de plages, de solariums couverts ou à l'air libre, dont environ 1 900 m² d'eau !

JEAN HENKENS : « CE N'EST PAS UN TRAVAIL, MAIS UNE FAÇON DE VIVRE »

Chez Center Parcs, Jean Henkens a un surnom : « Monsieur Nature ». Ce Belge connaît sur le bout des doigts près d'un million d'espèces végétales. Incollable sur les plantes tropicales les plus méconnues, il gère et enrichit le patrimoine végétal des seize domaines depuis plus de 20 ans. C'est lui qui a conçu l'architecture du nouvel Aqua Mundo des Bois-Francis.

En parallèle, Jean s'occupe de la formation des équipes de jardiniers et d'horticulteurs qui l'aident au maintien des forêts et des espaces tropicaux. « J'ai été élevé dans une grande ferme familiale, raconte-t-il. Dès mon plus jeune âge, mes parents m'ont appris à me poser des questions sur chaque aspect de la nature et à les comprendre. Par exemple, je me demandais pourquoi les feuilles tombaient des arbres ».

Visiblement, depuis, il a compris... Ses études d'agriculture tropicale l'ont même conduit à devenir un peu sorcier : il a inventé un breuvage magique qui endort les plantes pour les transporter sans risque !

En 1984, il rejoint l'équipe Center Parcs où il participe à la conception du Plaza, un univers exotique sous un dôme de verre où devront vivre diverses espèces végétales.

Depuis ce jour, Jean Henkens parcourt le monde entier, des Amériques à l'Asie, en passant par l'Afrique et l'Océanie, en quête de plantes aussi exotiques qu'extraordinaires. De ses expéditions, il rapporte aussi bien des arbustes de 10 grammes que des spécimens qui atteignent plus de 12 mètres de haut et pèsent plus de 5 tonnes ! Mais attention : Jean s'assure que toutes les importations de Center Parcs respectent la nature et les lois en vigueur. « Nous ne touchons ni aux espèces protégées ni à celles qui se font de plus en plus rares », précise-t-il.

PIERRE & VACANCES, LA MARQUE HISTORIQUE DU GROUPE

1 09 sites au bord de la mer ou à la montagne, plus de 20 000 appartements, plus de 100 000 lits, plus de 1 600 000 clients : Pierre & Vacances constitue à la fois la marque historique et haut de gamme du groupe. Implantée en France métropolitaine, aux Antilles, en Italie et en Espagne, elle propose en location des appartements entièrement équipés ou des maisons, pour des séjours courts ou longs, en toute liberté, accompagnés de services à la carte.

Avoriaz, Val d'Isère, Port-Bourgenay, Monaco, Bonmont (Espagne)... L'histoire de Pierre & Vacances est parsemée depuis 1967 de créations et d'innovations. Intégration de ses résidences et villages dans l'environnement, apparition chaque saison de nouvelles destinations, rénovation « régulière », évolution constante des gammes de services, de sports, d'activités ludiques, découverte ou enfants : Pierre & Vacances répond depuis quarante ans aux exigences de qualité des clientèles européennes et accompagne leurs désirs de vacances familiales.

Pour l'hiver 2006/2007, cinq nouvelles destinations sont proposées en France (Saint-Laurent-du-Var, La Baule, Deauville, Port-en-Bessin et Loches) et quatre résidences sont rénovées à la montagne (Val d'Isère, Belle Plagne, Méribel - Mottaret et Alpe d'Huez).

Pour l'été 2007, sept nouvelles destinations en France et en Espagne : Le Crotoy, Eguisheim, Branville, Monaco, Ciboure, Torremirona (en Catalogne), Huelva (en Andalousie). L'offre Pierre & Vacances élargit également le choix des loisirs, des stages et des cures de bien-être : spa, golf, tennis, cirque, trapèze volant, char à voile, clubs enfants, SpOt ados, etc.

UN ANNIVERSAIRE AUSSI POUR LES CLIENTS !

A l'occasion de cette année anniversaire, les clients touristiques et les propriétaires de Pierre & Vacances seront associés à cette célébration. Des offres tarifaires exceptionnelles pouvant aller jusqu'à - 40% ou des jeux concours avec de nombreux prix à gagner leur seront proposés par courrier, sur notre site Internet ou dans les résidences et villages de vacances.

MAEVA, « POUR PARTAGER PLUS QUE DES VACANCES »

Avec 110 destinations et 170 résidences, 15 000 appartements et maisons soit plus de 70 000 lits et près de 1 410 000 clients : au sein du Groupe Pierre & Vacances, la marque Maeva cultive ses valeurs de convivialité, de simplicité, de partage et de dynamisme.

En France et en Espagne, Maeva propose un large choix de destinations mer et montagne, des séjours en Résidences de vacances en toute indépendance ou en Résidences Club avec animation incluses, deux solutions de vacances complétées de prestations hôtelières à la carte.

Implantées au cœur ou à proximité des grandes stations touristiques, les Résidences Maeva permettent l'accès à un large choix d'activités, d'animations, de découverte et de rencontres.

La saison hiver 2006-2007 voit une nouvelle fois l'offre Maeva s'enrichir. À la montagne, une nouvelle résidence (Avoriaz) et cinq rénovations (Font-Romeu, La Mongie, Val d'Isère, Megève et Méribel), à la mer, une nouvelle destination (Villefranche-sur-Mer) et quatre rénovations (Bénodet, Deauville, Nice et Antibes-Juan les Pins).

Pour l'été 2007, l'animation devient le nouvel élément-clé de l'offre Maeva. Pour chaque résidence, en plus des critères portant sur la situation, la résidence elle-même et l'appartement, un critère de classification sur l'animation proposée aux adultes, aux enfants ou aux ados, en journée ou en soirée, fait son apparition.

Le dynamisme de Maeva se poursuivra pour l'été 2007 avec une nouvelle Résidence Club aux Issambres et six rénovations à la mer (Camargue, Sainte-Maxime, Saint-Raphaël, Cannes et Cavalaire-sur-Mer) ; cinq nouveautés à la montagne (Les Coches, Avoriaz, Val d'Isère, La Mongie et Font-Romeu) ; et un renforcement de la présence de Maeva en Espagne avec quatre nouvelles résidences (L'Ampola, Denia et deux à La Manga).



PIERRE & VACANCES CITY : 16 APPARTHÔTELS EN FRANCE ET À L'ÉTRANGER

Séjour d'affaires ou escapade en famille, séjour de quelques jours ou de plusieurs semaines : le Groupe Pierre & Vacances permet également en ville de s'installer « comme chez soi » dans un appartement confortable pour y séjourner en toute indépendance et en profitant de services hôteliers.

A Paris, Pierre & Vacances City a choisi de s'implanter dans des sites bien différents : Haussmann, Bercy, Paris XV, Porte de Versailles, La Défense, Montmartre, Val d'Europe... et en mars 2007, Paris Tour Eiffel.

Pierre & Vacances City propose également des appart'hôtels dans quelques-unes des plus belles villes du sud de la France et à Rome : Aix-en-Provence, Marseille, Monaco, Rome.

Et bientôt : Montrouge (ouverture prévue décembre 2007), Bruxelles (2008), Marseille (2008), Paris-Opéra (2008)...

PARIS TOUR EIFFEL : LE NAVIRE AMIRAL DE PIERRE & VACANCES CITY

Une nouvelle adresse Pierre & Vacances City à Paris. Et quelle adresse ! La Tour Eiffel et le Champ de Mars, le « Front de Seine », ce quartier du XV^e arrondissement sans nul autre pareil avec son bouquet de gratte-ciel qui dessine sa propre ligne d'horizon. Une situation unique offrant un panorama exceptionnel pour voir la ville avec un œil neuf.

Ce nouvel appart'hôtel, s'ajoutant en mars 2007 aux neuf adresses déjà existantes à Paris, enrichit l'offre de Pierre & Vacances City, la marque urbaine du Groupe Pierre & Vacances. Il en devient aussi le porte-drapeau pour la qualité de sa localisation et des appartements.

375 appartements prêts à vivre (studios et 2 pièces) répondant aux attentes d'une clientèle française et étrangère sont répartis dans les 32 étages d'une tour à l'architecture contemporaine, tous luxueusement équipés et offrant une vue splendide sur Paris.

RÉSIDENCES MGM, LES RÉSIDENCES DE PRESTIGE À LA MONTAGNE

Elles sont dix. Dix résidences MGM implantées dans les grandes stations des Alpes du Nord (Val d'Isère, Méribel, Tignes, Arc 1800, Chamonix, les Carroz-d'Arâches, Les Houches, Aime-la-Plagne, Pralognan-la-Vanoise et les Ménuires) et qui constituent la référence haut de gamme des résidences de vacances.

D'architecture traditionnelle savoyarde, construites avec des matériaux naturels et nobles, ces résidences s'intègrent parfaitement à leur environnement. Authentiques et chaleureuses, elles sont conçues en petits bâtiments comptant en moyenne 80 appartements, du 2 pièces pour trois personnes jusqu'au 5 pièces pour dix/onze personnes, à louer pour des séjours d'une durée sur mesure.

Spacieux, tout équipés et de grand confort, les appartements offrent une ambiance de chalet montagnard, décorés dans le respect de la tradition avec des encadrements de portes sculptés, des cheminées de pierre et des objets artisanaux.

Dans leur cadre exceptionnel, les résidences de vacances MGM représentent également une invitation au bien-être en partenariat avec Algotherm® grâce aux différents espaces de détente proposés : piscines couvertes et chauffées, saunas, hammams, salles de cardio-training et de relaxation...

De nombreux services proposés en pré-réservation (forfaits remontées mécaniques, location de matériel de ski, cours de ski avec l'ESF...) complètent encore le haut niveau de prestation de Résidences MGM (massages et modelage avec Cap Bien-Être, randonnées découverte avec Cap Nature, clubs enfants et ados, etc.).



HÔTELS LATITUDES, DES HÔTELS COMME ON LES AIME

Au sein du Groupe Pierre & Vacances, la marque Hôtels Latitudes propose une hôtellerie 3 et 4 étoiles dans des stations balnéaires, à la montagne ou en ville. Pour des voyages d'affaires, des séjours de vacances ou des week-ends évasion, chacun des douze Hôtels Latitudes de France offre un haut niveau de confort, avec des chambres spacieuses (jusqu'à quatre personnes), modernes et décorées dans le style local.

La spécificité de la marque est d'associer différents services hôteliers et de loisirs : des espaces de vie pour se détendre (salon, piano-bar, terrasse...), une restauration régionale de caractère, des équipements de loisirs intégrés (piscine, sauna, salle de gymnastique, tennis...), une gamme de loisirs à la carte...

Dans ses destinations montagne - Arc 1800, Les Ménuires, Méribel et Val d'Isère - Hôtels Latitudes propose de pré-réserver en même temps que sa chambre les forfaits remontées mécaniques, le matériel ainsi que des cours de ski à tarifs préférentiels.

Les hôtels de bord de mer et de ville - Deauville, Trouville, Valescure, Grimaud, Cap Esterel, Pornichet et Toulouse - proposent des cures de thalassothérapie et de balnéothérapie, des stages de golf, etc.

Les Hôtels Latitudes sont par ailleurs équipés pour accueillir conventions, incentives, séminaires dans des espaces modulables capables de recevoir jusqu'à 300 personnes et orchestrer tout type de

LES CHIFFRES-CLÉS

- Groupe leader européen des Résidences de vacances
- Six marques : Pierre & Vacances, Pierre & Vacances City, Maeva, Résidences MGM, Hôtels Latitudes, Center Parcs
- 250 destinations proposées dans six pays : France, Espagne, Italie, Pays-Bas, Allemagne, Belgique
- Plus de 45 000 appartements en gestion
- Plus de 210 000 lits
- Un chiffre d'affaires de 1,414 milliard d'euros (exercice 2005-2006)
- Plus de 6,6 millions de clients, dont 50 % de Français
- 8 500 collaborateurs

Contact Presse :
Valérie Lauthier
e-mail : vlauthier@pierre-vacances.fr
Tél. : +33 (0)1 58 21 54 61
<http://groupe.pierreetvacances.com>