

Groupe
Pierre & Vacances
CenterParcs



50 ans d'innovations



Groupe

Pierre & Vacances
CenterParcs



50 ans d'innovations



textuel

Groupe

Pierre & Vacances *CenterParcs*



50 ans d'innovations



Textes de Fabienne Waks

Conception et réalisation
Les éditions Textuel, 2017
4, impasse de Conti, 75006 Paris
www.editionstextuel.com

Conception graphique
et *réalisation* Agnès Boulmer
Contribution Marie-Pierre Gröndahl
Iconographie Hélène Orizet
Traduction CG Traduction
Fabrication Audrey Chenu

textuel

* Sommaire *

06	*	Préface
10	*	Le coup de génie d'Avoriaz
16	*	Des résidences de tourisme fantastiques
20	*	La pierre et la liberté
24	*	De la résidence au village
30	*	Architecture et paysage
36	*	Un nouveau modèle économique en bourse
40	*	Les prémices des résidences premium
44	*	Center Parcs entre dans le Groupe
50	*	Nouveaux loisirs
56	*	Des résidences en ville
62	*	Buller à Avoriaz
68	*	Vacances digitales
72	*	Paradis animalier au Bois aux Daims
78	*	Villages Nature Paris
84	*	Conclusion
94	*	Remerciements
95	*	Crédits photographiques

* Préface *

Le Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs a 50 ans. L'heure du bilan. Pas celle de regarder avec nostalgie vers le passé, mais de se tourner vers l'avenir, en se souvenant des étapes qui ont marqué notre histoire pour fonder notre futur. La trace la plus durable laissée pendant ces cinquante années depuis la création de Pierre & Vacances, est notre rang de numéro 1 des résidences de tourisme en Europe, qui légitime à la fois nos implantations et notre modèle économique. Ce qui a été construit restera.

Nos trois cents réalisations, d'Avoriaz en 1967 à Villages Nature Paris en 2017, témoignent d'une qualité architecturale toujours renouvelée, avec une dimension paysagée et une qualité affirmée de design intérieur. Telle est la ligne directrice de tous nos projets, inscrits dans l'espace et dans le temps. Cet héritage est né de ma passion pour l'architecture, elle-même ancrée dans le dialogue permanent entre le maître d'ouvrage et l'architecte. Aux antipodes du geste purement esthétique, où l'œuvre d'un architecte s'exprime comme celle d'un sculpteur sans intégrer la dimension de l'humain, nous avons voulu prendre en compte la réalité de la vie en vacances, dans ses moindres détails.

Pour bâtir Avoriaz, à l'époque, il fallait être totalement inconscient ! Mais l'inconscience et la jeunesse réunies ont permis de donner forme à des utopies. Avec l'expérience acquise, il faut toujours garder en soi cette capacité d'innover. Voilà la racine, le moteur de nos innovations.

L'une d'entre elles, la formule « Nouvelle Propriété », inventée par Pierre & Vacances, a permis de conjuguer l'être et l'avoir. Devenir propriétaire sans les contingences matérielles. Ne pas se retrouver prisonnier de la pierre mais pouvoir en profiter librement par la bourse d'échanges. Nous avons voulu aussi créer un « tourisme responsable » pour apporter des réponses concrètes et novatrices aux défis environnementaux et sociétaux. Tout a commencé avec Avoriaz, la station sans voiture ! À la fin des années 1960, le modèle référent était justement la voiture, vecteur de statut social. L'homme était attaché à sa voiture au point qu'il était impensable de l'en séparer, même pendant ses vacances. En matière d'urbanisme, on considérait Los Angeles comme référente. Tout était néo-urbain, même à la montagne. C'était la traduction en dur de l'idée selon laquelle l'homme allait dominer la nature. Nous pensions exactement le contraire : la montagne serait toujours plus forte que l'homme. Il fallait adopter une attitude plus humble, en s'intégrant au paysage,



en créant une architecture que l'on a appelée « mimétique », respectant la topographie du site. C'était tout à fait innovant, y compris dans les matériaux employés qui s'associent aux tonalités de l'environnement. J'ai la conviction qu'il faut savoir habiter la nature tout en la respectant plutôt que de tenter d'affirmer la primauté de l'homme sur elle.

Dans nos cinquante ans d'histoire, les femmes et les hommes du Groupe ont occupé une place essentielle. Sans nos 12000 collaborateurs, rien n'aurait été possible. Nous avons tracé notre propre voie, sans appliquer un management classique mais plutôt de projet, d'où la routine est bannie. Une pratique inspirée par une autre passion : le jazz, où l'improvisation joue un rôle fondamental. Travailler ensemble, autour d'un objectif commun, en étant complémentaires.

Aujourd'hui, l'avenir de l'entreprise s'écrit aussi au-delà de l'Europe. Nos racines sont des marques à potentiel mondial, avec un Yin développement immobilier et un Yang gestion touristique. Elles lui ont permis de résister aux crises et d'adapter son modèle économique.

À commencer par le lancement de la coentreprise avec notre partenaire et actionnaire chinois HNA. Pour répondre à la demande exponentielle des familles chinoises de la classe moyenne urbaine, nous développerons des resorts inspirés de Center Parcs. Le potentiel est de cinquante domaines en Chine.

Dans les prochaines années, notre internationalisation s'amplifiera en diversifiant notre offre de vacances. Comme toujours, nos projets s'articuleront sur les spécificités locales, en proposant aux familles l'opportunité de se « reconnecter » en vacances. Les décisions exclusivement rationnelles ne sont pas anticipatrices en reproduisant le plus souvent ce qui a fait ses preuves dans le passé. Nos fondamentaux pérennes doivent sans cesse évoluer dans un monde qui se transforme à une vitesse accélérée. Il est donc important de garder une part d'utopie et le goût d'entreprendre qui nous animent depuis cinquante ans.

**Gérard Brémond, Président-Directeur Général
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs**

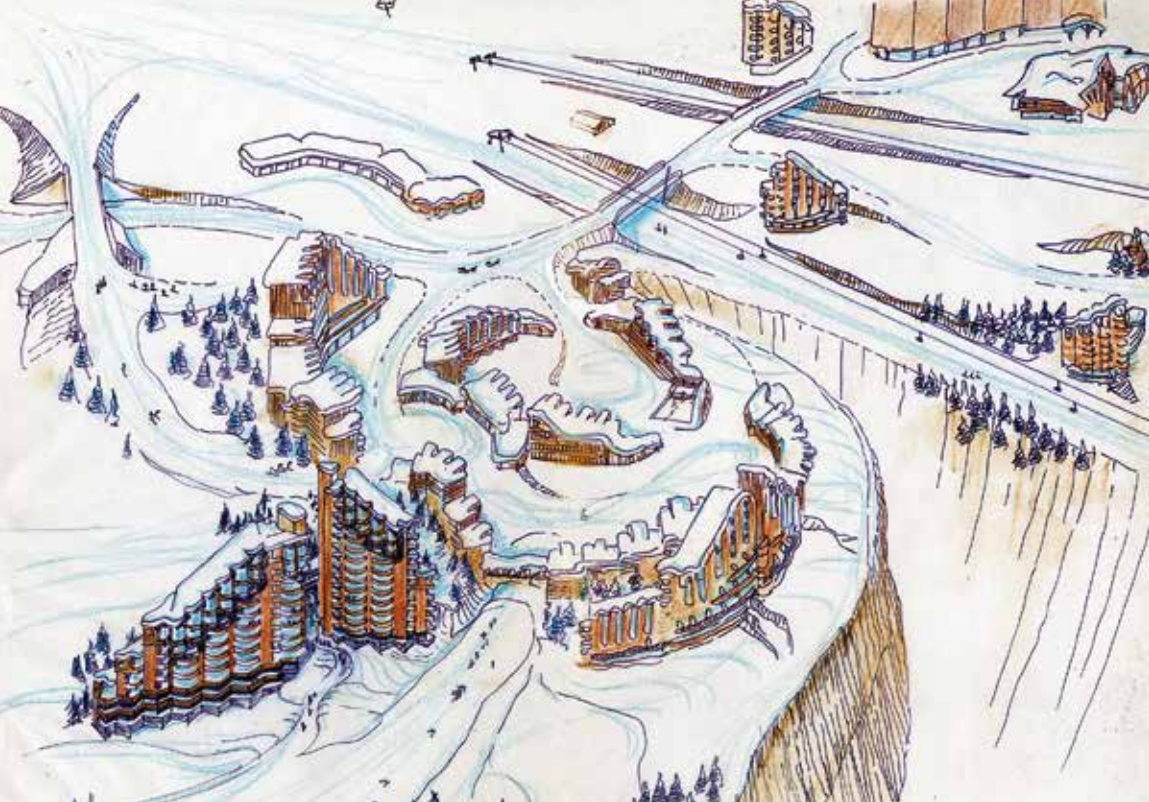
1966-67



Le coup de génie d'Avoriaz

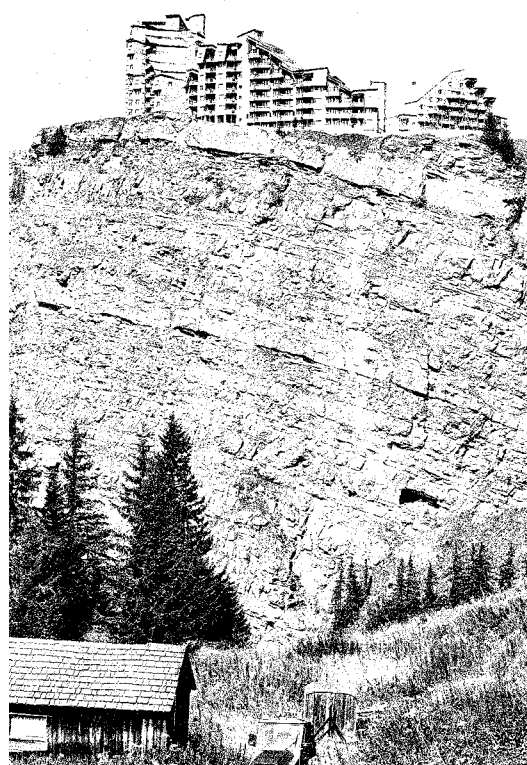


Tout commence à Avoriaz où, guidés par le champion de ski Jean Vuarnet, des jeunes gens investissent un plateau immaculé pour imaginer, dessiner, construire la station de leurs rêves : intégrée au paysage, sans voiture ni pollution ; on s'y déplace à ski ou en traîneaux tirés par des rennes de Laponie. Son architecture se joue de la neige : adossés aux courbes de la montagne, les immeubles s'y fondent, leurs toits retiennent l'or blanc ; la couleur du cèdre rouge varie en fonction du ciel et des saisons. Jacques Labro et ses confrères de l'atelier d'architecture d'Avoriaz seront distingués par une Équerre d'argent en 1968. À l'hiver 1966-1967, la station prend vie. Gérard Brémond, jeune promoteur, a signé son coup d'essai, un coup de maître. La station sans voiture sonne comme une révolution même si nombre de défis logistiques sont à résoudre pour accueillir les premiers vacanciers au sortir du téléphérique, décharger meubles et valises. Cinquante ans plus tard, Avoriaz reste un modèle d'intégration au paysage, de respect de l'environnement et un concentré d'innovations architecturale, sportive, touristique et aussi pédagogique grâce au village des enfants.



« Intégrer
les constructions
à la nature
pour la sublimer »





Le quartier de la Falaise à Avoriaz

« J'avais en tête un rêve sans contrainte, une cité idéale à la montagne. Tout est parti de mon amour de la montagne et du ski. Avoriaz s'inscrit dans le plan Neige, une politique d'envergure d'aménagement du territoire dont l'objectif était de valoriser des territoires montagnards, en voie d'appauvrissement. Il existait une volonté gouvernementale d'exploiter le potentiel de l'or blanc en évitant que l'État ne mette la main à la poche, ou le moins possible. Les investisseurs étaient bienvenus, institutionnels ou particuliers, aventuriers, mégalomanes... Chaque station est l'autoportrait de son concepteur. On retrouve l'esprit de la Caisse des Dépôts aux Menuires, celui des Boissonnas-Schlumberger à Flaine, l'effervescence de Godino aux Arcs. Certains ont fait des gestes d'architecture, des gestes d'autorité sur la montagne comme y planter une tour. Pour ma part, ma démarche se voulait plus humble, fondée sur une confiance absolue dans le futur de l'homme, s'intégrant pacifiquement dans la nature, progressant dans un monde heureux. J'étais inspiré par la force des sommets, leur enneigement, par les animaux qui habitent ces contrées rudes, qui s'y fondent jusqu'à se mimétiser. D'où cette architecture, que l'on a appelée mimétique, la volumétrie des bâtiments épouse les courbes, les formes de la montagne auxquelles ils sont adossés. C'était un acte d'humilité que de vouloir intégrer les constructions à la nature et de lui donner le dernier mot. J'ai créé une rupture dans la vie urbaine, rompu le lien ombilical entre l'homme et la voiture, tellement fort dans ces années 1960. On m'a prédit l'échec d'oser rejeter la voiture. »

Gérard Brémont, Président-Directeur Général
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs



Esquisses de Jacques Labro



Avoriaz, dessin
de Jacques Labro
Photo du dessous:
Avoriaz, vue aérienne
en 1986



Gérard Brémont
et son père
Robert Brémont

« Découvrir au petit matin Avoriaz fut un choc, même si j'avais une connaissance théorique du site après en avoir étudié la topographie. Arrivés la veille avec l'équipe d'architectes, nous avons dû abandonner notre voiture en raison de la neige tardive et continuer à pied. Après la nuit dans un sac de couchage, se dresse devant nous un paysage de montagne pure, échancre par une falaise en bord de vallée. Nous avons travaillé sans contrainte, en toute confiance avec Gérard Brémont. Je n'ai pas cherché à imiter la nature mais à sortir d'une architecture urbaine conventionnelle. Car se posait la question de l'identité, de la singularité que l'on pouvait donner à Avoriaz. Les formes sont apparues de façon naturelle, sans copier la montagne mais avec une liberté de trait, une volonté de s'inscrire différemment sur le site. L'architecture a été qualifiée de mimétique par la presse mais correspond à une réalité en raison de la forme des bâtiments qui utilisent le pouvoir de transformation qu'apporte la neige. »

Jacques Labro, Architecte



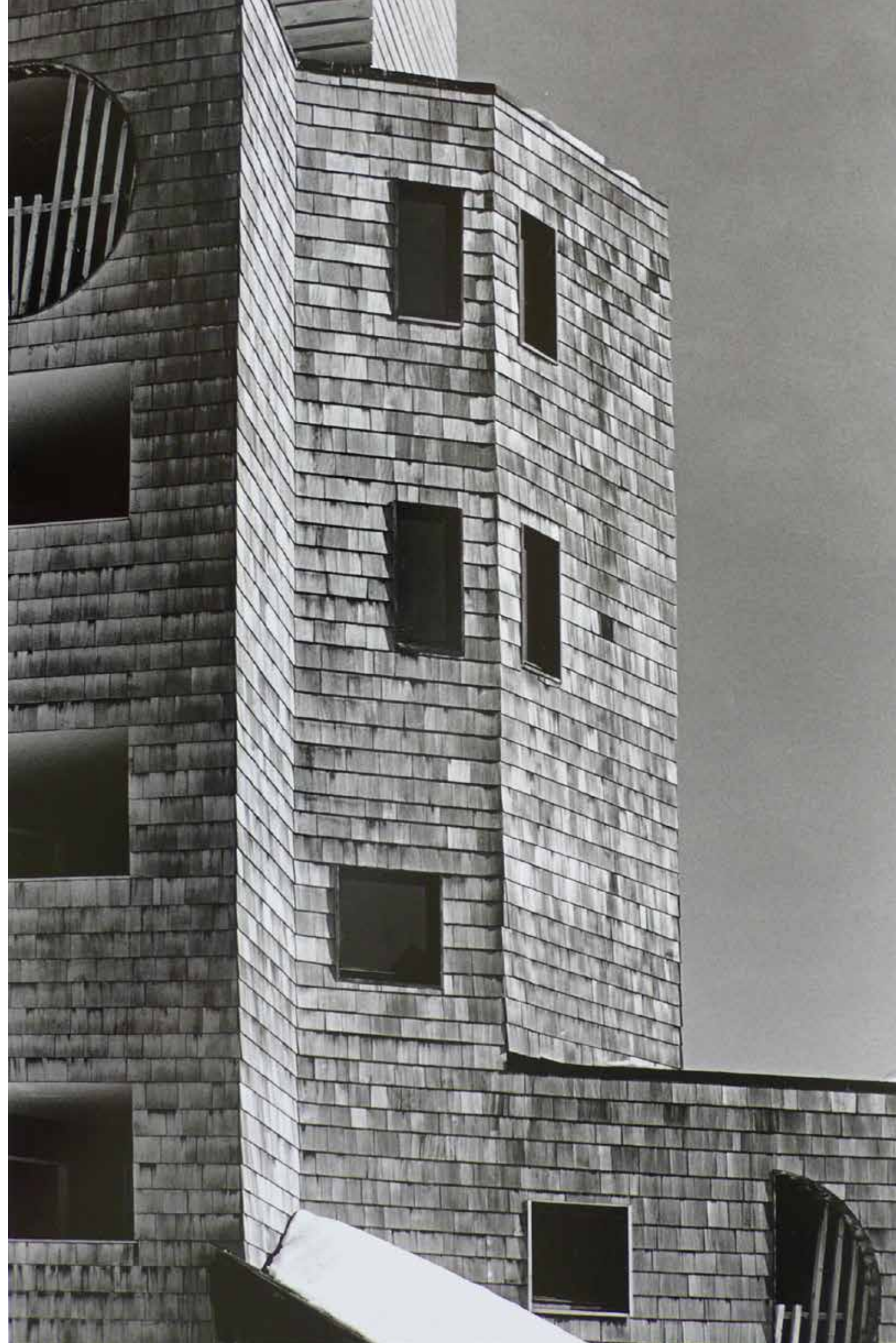
Le village des enfants

Détail architectural
de la résidence Tilia
à Avoriaz

« Voir des enfants pleurer à l'idée d'aller skier, c'est ce spectacle triste qui m'a donné l'idée de créer le village des enfants. » Après l'arrêt de la compétition à la fin des années 1960, puis la promotion des nouvelles stations de ski françaises, j'avais ouvert un magasin de sports à Avoriaz avec Isabelle Mir en 1974. J'ai eu envie de tenter quelque chose de nouveau avec les enfants pour leur redonner goût au ski, en étudiant ce qui se faisait en Autriche. C'est ainsi que le village des enfants est né en 1975 afin d'enseigner le ski de façon ludique et non plus par des explications théoriques incompréhensibles. Nous avons dessiné dans la neige des toboggans avec des bosses, inventé un univers coloré pour découvrir la technique du virage, conçu des situations pour que les petits apprennent à leur rythme. Nous avons été les premiers à supprimer les bâtons. S'installer au milieu de la station était indispensable au projet. Nous voulions être au centre afin que les parents puissent assister aux cours. Contempler les enfants être initiés au ski est une fête. »

Annie Famose,
Présidente de l'Office de Tourisme d'Avoriaz

—
Championne de ski : médaille d'or
aux Mondiaux en 1966 et médaille d'argent
et de bronze aux JO en 1968



1973



Des résidences de tourisme fantastiques



Construire, promouvoir, puis passer la main en trouvant les acteurs pour gérer, tel est le schéma que Gérard Brémont comptait appliquer au-dessus de Morzine. Or, l'adhésion n'est pas immédiate: Avoriaz n'a rien de classique et les hôteliers, sans doute effrayés par la nouveauté, refusent de s'y risquer. Comment rentabiliser autant de résidences secondaires dans cette station où les remontées mécaniques sont déjà ouvertes ainsi que les premiers commerces dont une librairie tenue par l'éditrice et future romancière Régine Deforges ? Pour sauver Avoriaz et ses finances, Gérard Brémont a une idée de génie: la résidence de tourisme, un concept qui s'imisce entre l'hôtel traditionnel et la location, en quelque sorte un hôtel composé d'appartements au lieu de chambres. Ces appartements présentent des possibilités de financement différentes de celles de l'hôtellerie, en étant vendus et loués à des particuliers. Reste à attirer les acheteurs, à braquer le projecteur sur Avoriaz et les stars en Moon Boot® mais de manière insolite, à l'image du lieu. C'est ainsi que le Festival du Film Fantastique trace ses premiers pas sur la neige.

« Le Festival du Film Fantastique d'Avoriaz est né d'une rencontre

entre une jeune équipe de communication, encore peu expérimentée mais très créative, et un homme visionnaire qui a su lui faire confiance. Gérard Brémond a en effet immédiatement accepté une idée complètement originale à l'époque, imaginée par Lionel Chouchan, celle d'un Festival de Cinéma. À l'époque, seul existait alors le Festival de Cannes. Le thème du "Fantastique" s'est imposé après avoir découvert le site si insolite dans lequel les premiers immeubles d'Avoriaz semblaient accrochés à la falaise. Son succès a été quasi immédiat grâce à la qualité et la spécificité des films présentés. Dès sa première édition, le Festival couronnait *Duel*, film réalisé par un jeune Américain inconnu, Steven Spielberg. Les médias ont beaucoup contribué à faire connaître le Festival où se rencontraient acteurs, réalisateurs, producteurs mais aussi scénaristes, écrivains, éditeurs, auteurs, compositeurs, chanteurs, peintres et personnalités de divers horizons. Avoriaz est devenue au fil des années un lieu de rencontres incontournable et privilégié. Gérard Brémond y a vu très vite la formidable plateforme d'invitations de clients privilégiés, investisseurs, banquiers, institutionnels, qui découvraient ainsi ce magnifique site et ses réalisations dans le cadre d'un monde fascinant, inconnu des non-initiés. Avoriaz s'est forgé au fil des années une très forte image qui a bénéficié également à Pierre & Vacances. Le Festival d'Avoriaz a duré 20 ans qui restent gravés dans la mémoire de tous ceux qui ont vécu cette véritable aventure "Fantastique". »

Bernadette Desaubes,
ancienne Directrice Associée de Lionel Chouchan
Promo 2000 puis ancienne Responsable
des Relations Publiques
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs

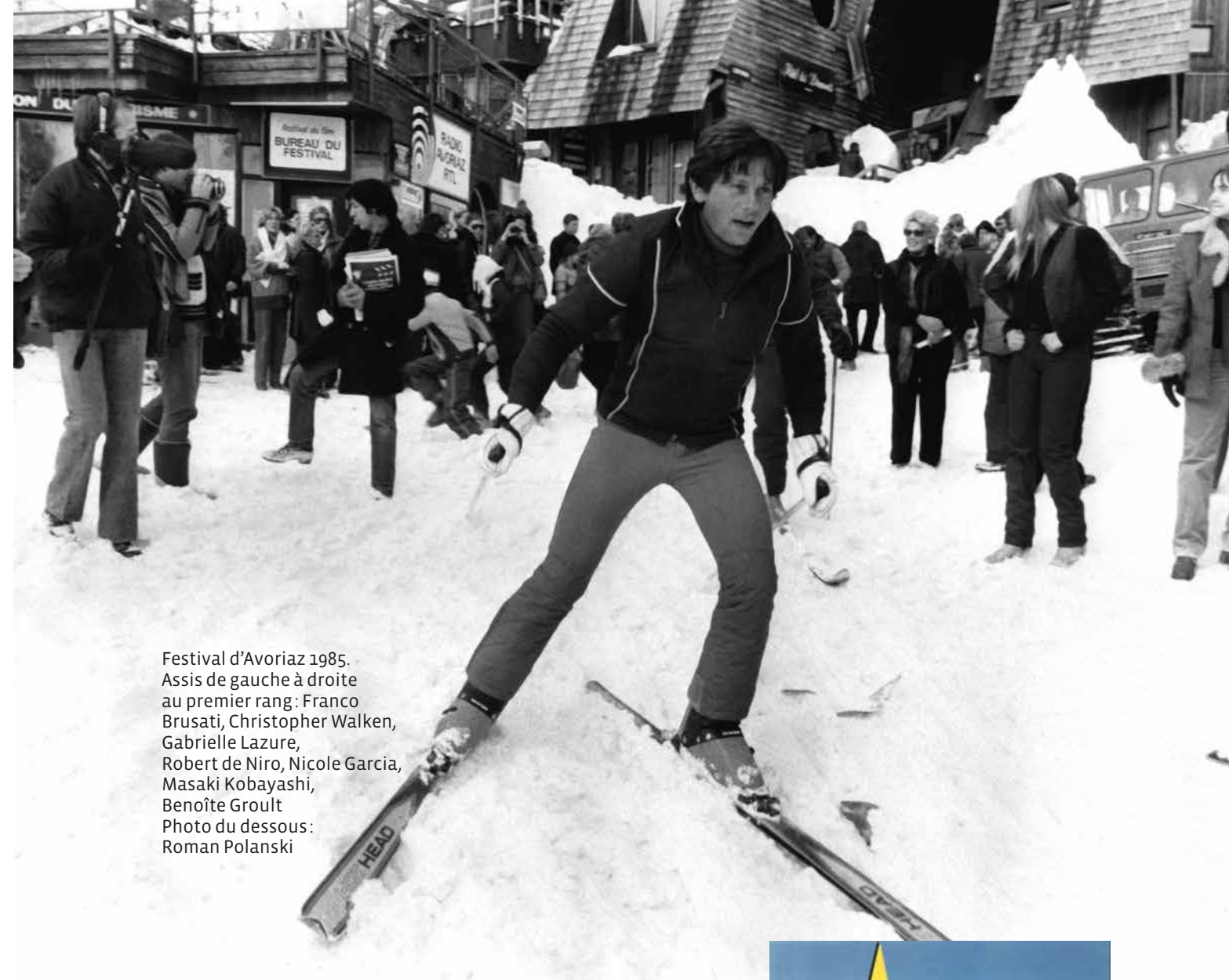


Ci-dessus :
Steven Spielberg
Ci-contre : Jane Birkin
et Serge Gainsbourg

« Avoriaz avait déjà acquis une forte image d'innovation et une grande présence médiatique, mais il fallait lui insuffler de la rationalité économique. »

Je suis rentré en 1975 dans un groupe immobilier classique, promoteur de bureaux et de logements, au poids économique important, en particulier en raison du parc d'entrepôts Garonor. Ma mission était de développer le côté loisirs, de faire la promotion immobilière d'Avoriaz et de terrains en Méditerranée. Avoriaz était soutenue par les autres activités du Groupe. C'était un nouveau chapitre de développement, mais encore en période d'investissements. Les appartements avaient déjà été vendus à des investisseurs et mis en location. On vendait à prix élevé un produit à l'architecture magnifique mais qui coûtait cher. J'ai introduit des procédés de construction, de fabrication. Le client était satisfait. »

Alain Taravella, Président fondateur d'Altarea Cogedim,
ancien Directeur Général
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs

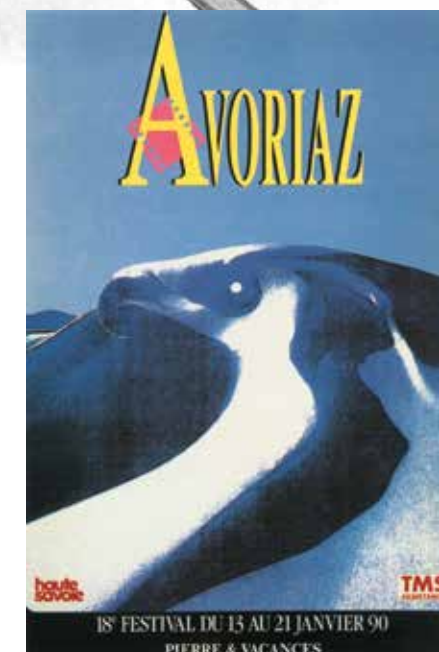


Festival d'Avoriaz 1985.
Assis de gauche à droite
au premier rang : Franco
Brusati, Christopher Walken,
Gabrielle Lazure,
Robert de Niro, Nicole Garcia,
Masaki Kobayashi,
Benoîte Groult
Photo du dessous :
Roman Polanski

« Brigitte Bardot était venue à Avoriaz mais l'avait quittée pour une autre station quand elle avait changé de compagnon. »

Ancien journaliste de cinéma et de jazz, je savais à quel point les stars étaient capricieuses. Il fallait créer un événement pour les retenir. C'est l'origine du Festival du Film Fantastique, un pari médiatique et relationnel qui a très bien fonctionné. Nous avons eu la chance de surfer sur la nouvelle vague américaine du fantastique, en sommeil depuis Lang ou Franju. Mon ambition était de réunir des personnalités très diverses autour des acteurs : hommes politiques, banquiers, commerciaux, journalistes, de placer Henri Salvador à côté d'un préfet ou Irène Papas à côté d'un politique... »

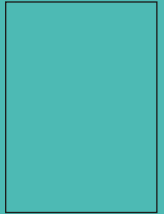
Gérard Brémond, Président-Directeur Général
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs



Affiche du Festival d'Avoriaz, 1990



« Steven Spielberg,
Brian de Palma
et Roman Polanski
réunis dans le même hôtel,
quel souvenir ! »



1978



La pierre et la liberté



L' époque s'enrichit de nouveaux philosophes, de la nouvelle cuisine. Et pourquoi pas de la Nouvelle Propriété ? L'idée d'un système qui permette d'acquérir un appartement de vacances avec un investissement réduit a jailli en 1978. Le prix d'achat diminue de 30 % car la TVA est récupérée et les futurs loyers déduits du prix de vente. Ainsi le propriétaire, qui l'est de plein droit, signe un bail de neuf ans, assorti de six semaines d'occupation annuelle, et exonéré de charges. S'il souhaite voir du pays et passer ses vacances ailleurs que dans son appartement, il dispose d'une bourse d'échanges qui s'étend au fur et à mesure des années et des nouvelles constructions Pierre & Vacances. Pour Gérard Brémont, admirateur du psychanalyste Erich Fromm et de son ouvrage *Avoir ou Être*, paru en 1976, la Nouvelle Propriété permet de concilier la société de l'Avoir et le chemin de l'Être, et de libérer le propriétaire de la chaîne de la pierre. Car le créateur de Pierre & Vacances cherche une alternative à la résidence secondaire, qui provoque un repli sur soi et sur sa famille, et rêve de faire rimer pierre et liberté ! Vingt-quatre mille « nouveaux propriétaires » ont adhéré à ce concept.

« La Nouvelle Propriété était une arme contre le syndrome des volets clos,

un moyen génial de garantir une vie touristique à une station. Les appartements trouvaient propriétaires car les conditions étaient intéressantes et nous prenions en charge la location. La Maison Avoriaz proposait en effet un prix d'achat abordable, assorti d'un bail de neuf ans ouvrant le droit à six semaines d'occupation. Avec la Nouvelle Propriété, nous répondions aussi à un idéal français : être propriétaire. Ainsi, en 1979, nous avons commercialisé en un temps record les 173 appartements de la résidence des Fontaines Blanches à Avoriaz. Ensuite, nous avons appliqué le même schéma à Chamonix, puis dans d'autres stations de montagne, puis du littoral. La construction débutait une fois tous les appartements réservés. »

Brigitte Hilly,
Attachée de Direction du Groupe Pierre
& Vacances-Center Parcs de 1977 à 2015

« Nous étions guidés par les notions de liberté et de propriété et nous avons donné aux acheteurs la possibilité de passer leurs vacances ailleurs que dans leur bien. La multipropriété, qui n'avait pas bonne presse, proposait déjà une bourse de vacances mais sans être directement liée à une propriété. Nous avons réalisé une synthèse de produits déjà existants pour créer un concept nouveau fondé sur la récupération de la TVA, la baisse du prix d'achat, la bourse d'échanges. Nous avons fait preuve d'une véritable inventivité. La Nouvelle Propriété nous a conduits à développer notre composante de gestion et à devenir une véritable entreprise de location touristique. Si nous voulions faire vivre la bourse d'échanges, nous devions grandir et nous développer sur le littoral car nous étions uniquement présents à la montagne. Ainsi, la Maison Avoriaz est devenue Pierre & Vacances, un nom plus approprié pour des opérations de développement en bord de mer. »

Alain Taravella,
Président fondateur d'Altarea Cogedim,
ancien Directeur Général du Groupe Pierre
& Vacances-Center Parcs

Résidence Pierre & Vacances premium Les Terrasses d'Hélios à Flaine



Résidence
Pierre & Vacances
premium
Les Fermes du Soleil
aux Carroz-d'Arâches
Photo du dessous :
Intérieur d'un appartement
de la résidence Séquoia
à Avoriaz



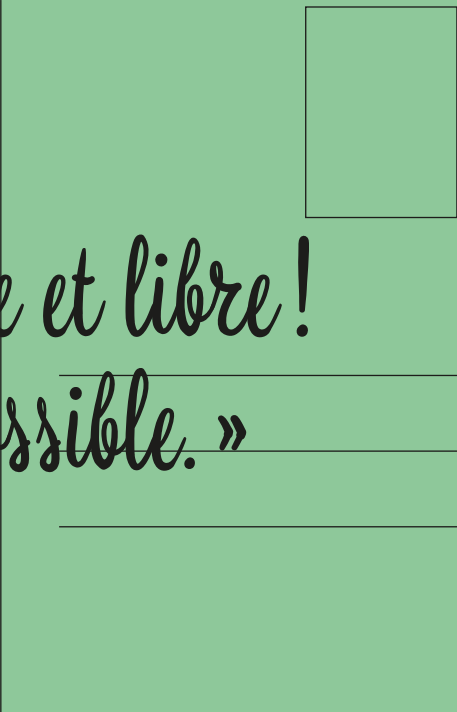
Résidence Pierre & Vacances premium Les Terrasses d'Eos à Flaine

« La Nouvelle Propriété a permis à de nombreuses familles d'accéder à la propriété loisirs et de se constituer un patrimoine.

Elle a changé le paysage à la montagne, permis l'essor de plusieurs destinations et la possibilité pour les propriétaires de démultiplier les choix de séjours avec la bourse d'échanges à partir de 1983. Ceux qui ont recours à ce système y sont très attachés. Un portail dédié à la bourse permet des réponses quasi instantanées. Si la première génération de nouveaux propriétaires avait signé un bail prévoyant six semaines d'usage, cette durée a ensuite varié. Dans les années 1990, avec le dispositif de défiscalisation Périssol, l'investissement sans droit de séjour a pris le dessus. »

Philippe Pagès, Directeur de la Gestion des Patrimoines
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs





« Propriétaire et libre !
Oui, c'est possible. »

1990



De la résidence au village



Après le succès d'Avoriaz, qui laisse plus d'un observateur pantois, Gérard Brémont gagne une nouvelle réputation auprès des banques, celle d'un sauveteur.

Un professionnel qui trouve des solutions aux cas les plus désespérés. Ainsi, le Crédit Agricole l'appelle à la rescousse à Cap Esterel, abandonné par un promoteur en difficulté. De cet immense terrain de 200 hectares vouvoyant le massif rouge de l'Esterel et surplombant la Méditerranée, Pierre & Vacances fait naître une station de vacances. Comme Avoriaz, Cap Esterel est piétonne, novatrice en architecture, laissant la primauté à la nature. Avec ce village forgé de toutes pièces avec talent par Pierre Diener et Pierre Guirard, Pierre & Vacances change de dimension, avec des opérations d'aménagement d'envergure en inventant le resort à la française à la mer. Inauguré en 1990, Cap Esterel illustre une nouvelle génération de destinations touristiques avec équipements, commerces et restaurants, activités à la carte.



À gauche: Toboggan du village
Pierre & Vacances de Cap Esterel
À droite: Centre du village
Pierre & Vacances de Cap Esterel
signé Diener Guirard Architecture



*« C'était la première fois
que Gérard Brémond et moi
"descendions" à la mer
pour y concevoir une station intégrée.*
Construit, vendu et exploité par un acteur
unique, le village de Cap Esterel correspondait
à ce modèle vertueux inédit sur ce littoral: trois
métiers réunis pour créer un univers touristique
où tout a été pensé de concert, urbanisme,
architecture et paysage pour une expérience
de vacances sans précédent. Nous avons
imaginé un village méditerranéen blotti
au cœur d'un espace naturel de 200 hectares,
un urbanisme conciliant la convivialité
des rues, places et terrasses traditionnelles,
la joyeuse excitation des centres aquatiques
avec la contemplation et la jouissance
des grands espaces paysagés et des vues
spectaculaires sur la Grande Bleue.
Le lancement commercial avec d'immenses
maquettes qui montraient la station
et son nouveau mode de vacances a été
mémorable: je n'avais jamais vu ces incroyables
files d'acheteurs se pressant devant
le bureau de vente! Je suis revenu fêter
les 20 ans de Cap Esterel, pour retrouver
un village qui avait oublié le nom de son architecte
mais trouvé sa véritable authenticité
avec son paysage luxuriant et son urbanisme
profondément ancrés dans leur territoire. »

**Pierre Diener, Architecte
de Diener Guirard Architecture**

*« À douze jours de l'ouverture
de Cap Esterel, prévue le 30 juin,
je découvre un immense bazar:*

la réception principale en chantier, la piscine
gorgée de boue, des équipements manquants
dans certaines cuisines, pas de vaisselle...
Le jour J, je me réveille avec vue sur une mer verte:
des centaines de rouleaux de pelouse avaient
été déployés durant la nuit. La piscine à vagues
scintillait. L'accueil des premiers clients
dans l'après-midi a été un moment extraordinaire:
je me sentais vraiment fier de faire partie
de l'équipe qui ouvrait ce village unique
en Europe avec des appartements modernes,
équipés de lave-vaisselle alors que seule
la moitié des Français en avaient. Le lendemain,
1^{er} juillet, le village s'est mis en route,
les activités ont commencé, c'était parti!
Natif de Saint-Raphaël et alors étudiant
en gestion et promotion des unités touristiques,
j'avais été embauché comme saisonnier.
Je suis revenu en septembre 2001,
comme patron du site cette fois. »

**Pascal Picot, ancien Directeur des Opérations
Pierre & Vacances PACA, actuel General Manager
du Center Parcs Le Lac d'Ailette**

« *L'inauguration a été grandiose et rocambolesque :* nous avions prévu un grand dîner placé, sur la grande place du village avec un son et lumière ainsi qu'une intervention en vidéo du Premier ministre, Michel Rocard. Un vent violent s'est levé mettant à mal notre installation. De plus, la majorité des invités se sont retrouvés bloqués sur la route en raison d'un incendie. Il n'était plus question de dîner placé, les personnes s'asseyaient au fur et à mesure de leur arrivée. Personne n'a oublié cette soirée mémorable. Aujourd'hui, Cap Esterel, rénové, a passé le cap des 20 ans, et reste toujours aussi spectaculaire. »

**Brigitte Hilly, Attachée de Direction du Groupe
Pierre & Vacances-Center Parcs de 1977 à 2015**



Paysage marin de Cap Esterel
Photo du dessous :
Enfant profitant des douceurs de l'été



Village Pierre & Vacances de Cap Esterel



Vue sur la baie d'Agay depuis le village
Pierre & Vacances de Cap Esterel



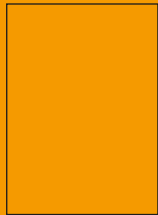
Trapèze au village Pierre & Vacances de Cap Esterel

« *Cap Esterel est apparu comme une innovation absolue à la fin des années 1980.* Nous étions les seuls à savoir construire, vendre et exploiter. Nous étions aussi les seuls à proposer un appartement dans un village qui dispose d'une réception, d'une piscine à vagues, de jardins splendides, de commerces et où il est possible de pratiquer des activités à la carte. Durant mes premières années chez Pierre & Vacances, où j'avais commencé en décembre 1980 comme agent de réservation, le tourisme a pris son essor après le succès de Cap Esterel. Nous commercialisons les locations auprès de tours opérateurs européens et auprès de notre clientèle directe. Nous avons réussi car notre clientèle skiait et nageait avec Pierre & Vacances. Elle retrouvait les services et le professionnalisme auxquels elle était attachée. »

**Alice Rizzo, Directrice de Projets du Groupe
Pierre & Vacances-Center Parcs**



« Soleil, mer et glaces,
du bonheur pour tous
et surtout les petits ! »



1997



Architecture et paysage



Seule station de montagne sans voiture en France à Avoriaz, premier village d'été piéton à Cap Esterel au cœur d'un paysage majestueux... La nature et la cohabitation pacifique avec l'environnement donnent le *La* à l'extension de Pierre & Vacances. Lorsque Gérard Brémond part à la découverte d'un site, promesse d'une future implantation, c'est toujours en compagnie d'un urbaniste-paysagiste. La compréhension du site et sa mise en valeur sont de premier plan. À Pont-Royal en Provence et Grimaud, la démarche environnementale et paysagère de Thierry Huau s'inscrit dans les racines provençales. Puis, en 1997, l'éco-village de Belle Dune est le fruit des recherches sur l'architecture, le paysage et le design dans un esprit résolument environnemental. À quelques pas de la Baie de Somme, le village s'étend en retrait du littoral, lové dans la nature comme dans un écrin. Équipé de panneaux solaires, il coche les cases du développement durable, qu'il s'agisse du tri des déchets, des ampoules basse consommation, de la sensibilisation des enfants ou de la gestion écologique des espaces verts, et préfigure les futurs Center Parcs et Villages Nature Paris.



Village Pierre & Vacances de Pont-Royal en Provence



Vues extérieure et intérieure de la piscine de la résidence Pierre & Vacances premium Les Fermes de Méribel

« Les fondamentaux de notre démarche environnementale et paysagère, basée sur l'inscription dans un site, ont été posés au début des années 1990.

Ma collaboration avec Gérard Brémond avait débuté lors d'un concours à Cavalaire sur un projet de création de station balnéaire enfouie dans des jardins et initiant une architecture végétale avant l'heure. Si cette réalisation n'a pas vu le jour, elle a en revanche ouvert la voie à Pont-Royal, dans la Provence calcaire de Daudet, et aux Restanques à Grimaud sur la Riviera. En partant de leur histoire, j'ai pu y révéler deux paysages forts, l'un de garrigue et l'autre de maquis intégrant des plantes acclimatées dans un foisonnement végétal. Pont-Royal en Provence a ainsi rassemblé tous les ingrédients d'un village traditionnel offrant à chacun de déambuler dans des ambiances paysagères diverses. Nous y avons reconstitué une véritable garrigue en veillant à la biodiversité. À Grimaud, j'ai imaginé le parcours à partir d'essences à parfum puis au fil de l'eau, de rizières en bassin décrivant ainsi les bienfaits d'un tel climat propice à une flore exceptionnelle. »

Thierry Huau,
Paysagiste et Ethnobotaniste Interscène



Résidence Pierre & Vacances Costa Plana, signée Jean Nouvel, implantée sur les hauteurs de Cap d'Ail

« Nous avons opté pour un choix radical : être en bord de mer sans y construire.

Après l'expérience de Port-Bourgenay en Vendée, nous avons trouvé à Belle Dune l'occasion de poursuivre ce chemin qui nous a finalement menés, dessin après dessin, presque « naturellement » à la création du premier éco-village de vacances français. En recul d'un littoral totalement préservé sur plusieurs kilomètres, dans ces immenses espaces d'arrière dunes, entre landes et forêts, nous avons pu concevoir un village entièrement immergé dans le paysage désormais seul inspirateur de l'urbanisme et, finalement, de la vie à Belle Dune. Avec la présence d'un parc aquatique couvert, c'était un peu la répétition générale avant la création du premier Center Parcs nouvelle génération en France. En parfaite résonnance avec ses voisins, la Baie de Somme et le Parc du Marquenterre (premier parc ornithologique européen), Belle Dune avait tout pour séduire et le succès fut immédiat. Belle Dune a représenté une étape fondatrice pour nos nombreux projets qui ont suivi depuis. »

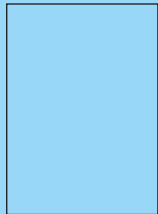
Pierre Diener, Architecte
de Diener Guirard Architecture



Résidence Pierre & Vacances premium Port Prestige signée Christian de Portzamparc face au port de plaisance à Antibes



« Nager au milieu
des cimes enneigées,
quel frisson ! »





Les jardins du village Pierre & Vacances de Moliets

« Les clients me demandent souvent par quel miracle notre pelouse

est aussi verte, même au cœur de l'été, et comment nous arrivons à avoir de si beaux arbres (près de sept cents espèces différentes). À la vue de ce paysage luxuriant et boisé, comment s'imaginer qu'il n'y avait que du sable à mon arrivée à Moliets en février 1989. Du sable et rien d'autre. Aujourd'hui, tout est vert, même en période de sécheresse. Nous avons la chance d'être implanté sur une nappe phréatique et d'arroser avec de l'eau impropre à la consommation. Je suis fier de cette pelouse toujours verte, de ces arbres qui poussent si bien, de ces massifs d'hortensias magnifiques, de réussir à faire vivre dix hectares d'espaces verts. Mais ce n'est jamais parfait à mon goût. Les propriétaires me le disent parfois : « Claude, vous n'êtes jamais content ». Je me remets toujours en question. »

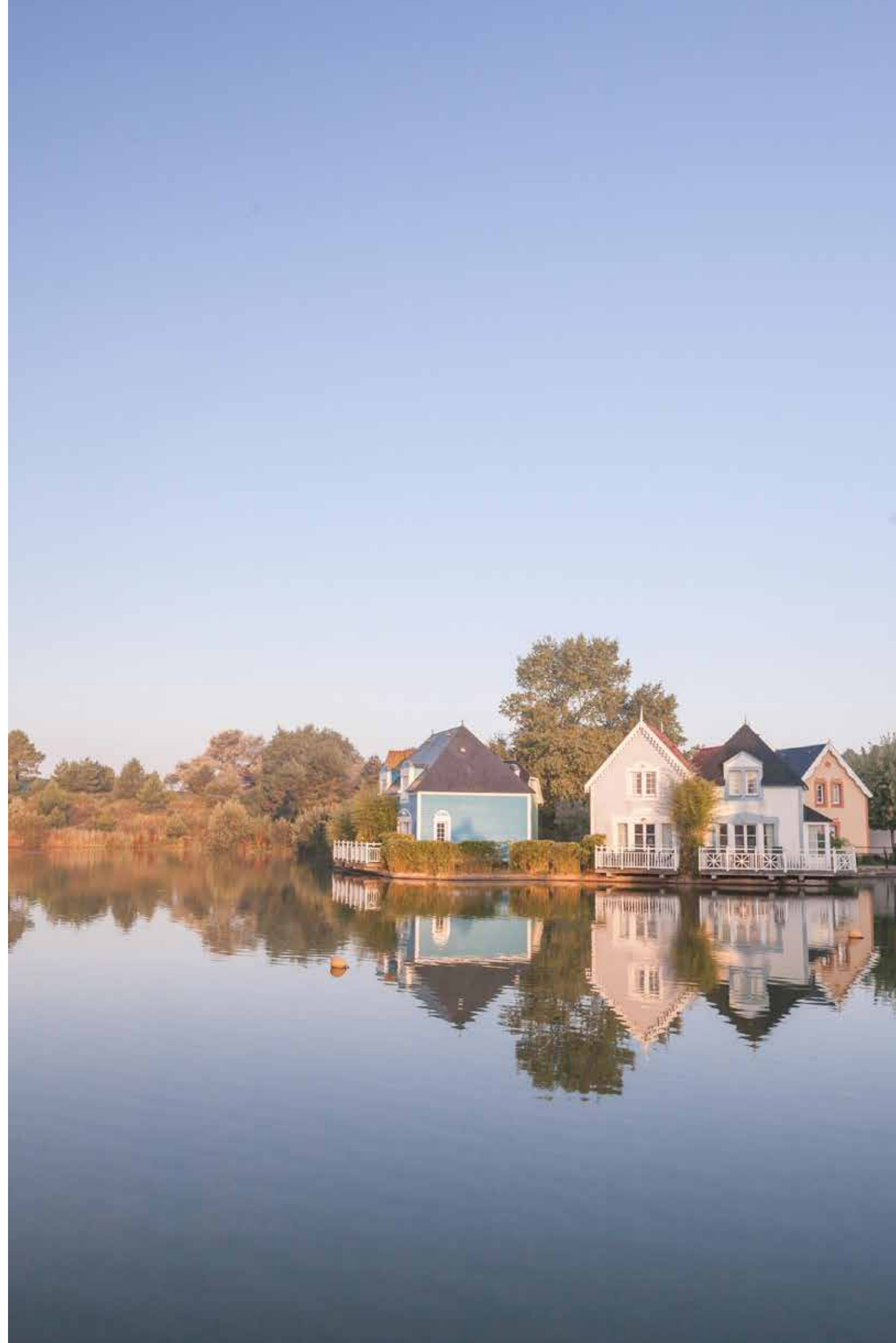
Claude Gauzière, Responsable Espaces Verts du village Pierre & Vacances de Moliets

« L'éco-village Belle Dune a été développé à distance du littoral afin de préserver la côte et de favoriser l'intégration au paysage.

Conçu en partenariat avec les acteurs locaux, ce village est ouvert et chacun peut y accéder et circuler à pied en toute liberté. En 2001, il a été distingué par le prix *Best Environment Respect* des Hermes Awards. Belle Dune était tout désigné pour être le village pilote du partenariat avec le WWF-France. Les bonnes pratiques de développement durable y sont testées : installation de panneaux solaires, tri des déchets, ampoules basse consommation, gestion écologique des espaces verts et surtout le lancement de nouvelles activités tournées vers l'environnement pour sensibiliser les enfants. »

Marie Balmain, Directrice Développement Durable et Responsabilité Sociale d'Entreprise du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs

Les maisons sur le lac du village Pierre & Vacances de Belle Dune



1999
★

Un nouveau modèle économique en bourse

★

Quand Pierre & Vacances entre en Bourse au Second marché le 11 juin 1999 à un cours de 17 €, la presse financière salue le gestionnaire de location de résidences de vacances. Pour son introduction en Bourse, le Groupe a présenté son profil touristique plutôt qu'immobilier car son modèle économique original était parfois incompris. L'alliance entre l'immobilier et l'exploitation touristique, que Gérard Brémond compare à celle qui existe entre un chasseur et un laboureur, a longtemps paru incongrue. De plus, la différence entre la résidence de tourisme et l'hôtellerie semblait parfois difficile à appréhender. Avec la cotation, Pierre & Vacances a gagné en clarification, notoriété, crédibilité tout en conservant son indépendance et sa singularité. Cette étape cruciale a permis de lever les capitaux pour passer à la deuxième phase de l'histoire du Groupe, celle de l'acquisition de Center Parcs : deux ans après cette introduction en Bourse, Pierre & Vacances a doublé son parc. Entre 1999 et 2015, son chiffre d'affaires et le nombre de clients ont triplé, tandis que celui des sites a doublé.

« Notre introduction a surpris tous ceux qui avaient eu connaissance des difficultés du Groupe. En effet, Pierre & Vacances s'était trouvé confronté au début des années 1990 à l'explosion de la bulle immobilière. Les équipes se rendaient compte que la période était difficile mais ne réalisaient pas l'ampleur de la crise. Moi, j'étais le père "La rigueur", celui qui réduisait les coûts et régulait la trésorerie. En 1997, nous avons profité de la relance immobilière pour mener des opérations aux Antilles. Sorti renforcé de la crise suite à plusieurs plans de restructuration, le Groupe a bénéficié pleinement de la reprise. Néanmoins, Pierre & Vacances devait renforcer ses fonds propres, gagner en visibilité et engager son internationalisation. Prenant exemple sur de nombreuses sociétés de taille équivalente à la nôtre qui entraient alors en Bourse, nous avons dès la fin 1998 étudié l'hypothèse d'une cotation ; celle-ci prit forme et très rapidement nous avons été convaincus du succès de l'opération. Cette introduction, dont nous étions fiers, mettait un point final à une décennie ponctuée par une crise immobilière sans précédent et un redressement quasi miraculeux. Par la suite, cette cotation facilitera la politique de croissance externe en France, mais aussi à l'international, personne ne remettant plus en question la pérennité financière du Groupe. »

« À mon arrivée en 2000, le Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs était encore une entreprise familiale française, presque "artisanale" dans son mode de fonctionnement. La Direction Financière se limitait à un service comptabilité et quelques contrôleurs de gestion répartis dans les métiers. La consolidation des comptes se faisait sous Excel ! La cotation du Groupe a conduit à rationaliser l'ensemble de l'organisation. Mais heureusement, Pierre & Vacances a su garder son exceptionnel esprit de réactivité ! La Bourse nous a donné assise et notoriété, elle nous a apporté de nouveaux moyens de financement pour nous renforcer en France mais aussi nous développer à l'international. Le périmètre d'intervention des équipes de la Direction Générale Adjointe Finances s'est ainsi considérablement élargi. Nous avons pu saisir des opportunités en achetant des concurrents en France : Orion Vacances, Maeva, Résidences MGM, et, sur un métier un peu différent, Les Senioriales, mais aussi en acquérant des sociétés renommées à l'international, Gran Dorado, Center Parcs bien sûr, puis Sunparks... renforçant notre position de leader européen des résidences de tourisme. C'est en particulier grâce à des opérations de marché réussies que nous avons pu financer cette forte croissance : augmentation de capital en 2001, émission d'obligations convertibles en 2011 puis en 2014... Le marché a été et est toujours pour nous un véritable partenaire : il nous suit s'il a confiance, s'il est rassuré... mais il ne décide pas à notre place. »

Patricia Damerval,
Directrice Générale Adjointe
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs



Palais Brogniart, Paris

TOURISME

Le groupe de tourisme prépare son introduction sur le second marché. Un quart du capital sera proposé. Les 200 millions de francs récoltés serviront à financer son développement.

Pierre & Vacances entrera en Bourse le 11 juin

Les 35 heures ne font pas que des mécontents parmi les chefs d'entreprise. Pour Gérard Brémont, président de Pierre & Vacances, cette réforme, qui implique des jours de congés supplémentaires, devrait être une aubaine pour les entreprises touristiques. « Le phénomène joue d'autant plus en notre faveur que les Européens ont de plus en plus tendance à morceler leurs vacances », soutient le patron du groupe touristique. La clientèle des 18.400 appartements du groupe (93.000 lits sur 78 sites en France) ne réside, en moyenne, qu'une semaine, voire deux, par séjour. « Mais attention, cette nouvelle donne doit être appréciée avec prudence. Car le supplé-

d'une hausse de salaire », prévient Gérard Brémont qui entend plus que jamais développer son concept en faisant très attention aux prix.

Un développement ambitieux

Des projets, il n'en manque pas. D'abord, il compte sur sa dernière acquisition : les 24 résidences Orion, pour élargir sa clientèle. Essentiellement constitué de studios, Orion s'adresse davantage aux couples avec un enfant alors que le concept Pierre & Vacances est plus familial. Ensuite, Gérard Brémont entend accroître à marche forcée le nombre de ses villages (qui représentent déjà 40 % de l'offre globale du groupe), ceux-ci pro-

élargie que les simples résidences. Enfin et surtout, le fondateur de Pierre & Vacances a décidé de sortir de l'Hexagone. Pour ce faire, il envisage de procéder par croissance externe, en rachetant des PME locales étrangères par les grands tours-opérateurs. Ses premières cibles sont déjà définies : l'Espagne et l'Italie. « J'espère pouvoir annoncer de bonnes nouvelles à ce sujet avant la fin de l'année », précise Gérard Brémont, qui pense gérer 100.000 lits en 2000, hors développement à l'étranger, avant de créer 9.000 à 10.000 lits supplémentaires les années suivantes. Pour financer tous ces projets, Gérard Brémont, actuellement à la tête de 80 % du capital de l'entreprise a

le second marché est prévue le 11 juin prochain à l'issue d'un placement garanti et d'une offre à prix ferme (OPF). Pris de 2 millions de titres (25 % du capital) seront proposés au public, après augmentation de capital et cession de 725.000 actions de la Caisse des Dépôts qui détenait à ce jour près de 20 % de Pierre & Vacances. La fourchette de prix retenue oscille entre 15,5 et 17,5 euros (139,50 francs et 157,50 francs), portant aux environs de 200 millions de francs (22 millions d'euros) la somme que compte récolter le patron du groupe de tourisme. Après introduction, il ne contrôlera plus que 68,5 % du capital alors que la CDC verra sa participation ramenée à

En 1997-1998 (exercice clos le 30 septembre), Pierre & Vacances a réalisé un chiffre d'affaires de 2,32 milliards de francs (248 millions d'euros) et un résultat net de 54 millions de francs (6 millions d'euros). Pour l'exercice en cours, le Crédit Lyonnais qui s'occupe de l'introduction prévoit un chiffre d'affaires de près de 3 milliards (323 millions d'euros) et un profit net de 110 millions (12,2 millions d'euros). En prenant le milieu de la fourchette de prix retenue (soit 16,5 euros), le PER de Pierre & Vacances ressortirait à 13,8 pour 1998-1999. Pour comparaison, ce même ratio ressort à 35,5 pour le Club Med, 26,8 pour Accor et 22,6 pour la Société du Louvre.

Ci-contre : *Le Journal du Dimanche*, 11/06/1999
Photo du dessous : *Les Echos*, 27/05/1999

Pierre & Vacances vise la Bourse

L'opérateur de tourisme, qui vient d'acquérir Orion, prévoit une introduction au printemps. Le groupe entend ainsi conforter sa place de leader européen.

SIXTINE LEON-DUFOUR

Le groupe Pierre et Vacances a annoncé la semaine dernière le rachat de son concurrent Orion (contrôlé par le groupe hôtelier Westmont et la banque d'affaires Goldman Sachs), représentant un parc de 1 800 appartements (7 100 lits) et un chiffre d'affaires de 130 millions de francs. L'accord prévoit le maintien de la marque Orion pour développer un pôle spécifique de résidences trois étoiles, principalement en bord de mer et à la montagne. Pour Gérard Brémont, le PDG fondateur, dont l'aventure a débuté à Avoriaz voici près de trente ans, il s'agit de conforter sa position de leader européen du développement et de la gestion de résidences de tourisme.

Son groupe a affiché en 1997 un volume d'affaires de 2,7 milliards de francs TTC (413 millions d'euros), en progression de près de 40 % par rapport à l'exercice précédent. Ces ventes se répartissent entre l'activité tourisme, à hauteur de 1,2 milliard de

francs (191 millions d'euros), et le développement immobilier qui pèse 1,4 milliard de francs (223 millions d'euros). Cette année, les réservations par les investisseurs ont enregistré une progression de 66 %.

La prochaine étape du déploiement de Pierre et Vacances est son introduction en Bourse, prévue pour le printemps. Celle-ci pourrait être motivée par le retrait partiel de la Caisse des dépôts, qui détient 15 % du capital et aimerait toucher les dividendes de son placement. Elle comporterait en outre une augmentation de capital.

Nouvelles résidences

Gérard Brémont, qui attend les conclusions des analystes financiers avant de plonger et répète à l'envi que cette introduction « est un moyen et non une fin », entend ainsi renforcer sa position de leader européen du développement et de la gestion des résidences touristiques. Notamment en s'implantant aux Antilles. À la fin juin, le village de Sainte-Luce (Martinique) comptera 337 appartements



Le village de Sainte-Anne en Guadeloupe, ouvert en décembre dernier. Le parc de Pierre & Vacances devrait s'enrichir de 10 000 lits pour l'exercice en cours. (DR)

(soit 1 100 lits) et celui de Sainte-Anne en Guadeloupe, ouvert au mois de décembre dernier, totalisera 514 appartements (soit 1 700 lits). Une capacité d'accueil supplémentaire qui vient compléter le dispositif existant : 76 000 lits répartis sur 67 sites.

L'autre axe de croissance de Pierre et Vacances devrait être l'Espagne et l'Italie. La

clientèle du groupe est en effet constituée à 60 % de Français et à 40 % d'étrangers, pour la plupart Européens. « Et l'un des facteurs déterminants pour notre clientèle, c'est de pouvoir se rendre sur l'un de nos sites en voiture », commente Gérard Brémont.

Très concentrée sur son domaine de compétences, le groupe ne veut pas devenir

un tour-opérateur de plus », la société insiste sur l'évolution qualitative de son parc touristique et de ses prestations. Tout en faisant une discrète allusion au Club Med, Gérard Brémont prône la différence « avec notre système qui repose sur l'antiforçat pour des consommateurs pointillistes ». Selon le groupe, en effet, la demande d'hébergements de haut de gamme (Quatre Saisons) a considérablement augmenté, notamment depuis l'année dernière.

Croissance de 12 %

Pour l'exercice en cours, le parc devrait s'enrichir de 10 000 lits ; les activités touristiques du groupe devraient ainsi afficher une croissance de 12 % par rapport à 1998.

De même la société intensifiera son offre de nouvelles résidences, principalement sur le pourtour méditerranéen et la côte atlantique, à l'intention d'une clientèle d'investisseurs particuliers, dans le cadre de la loi Périssol. Avec l'objectif de franchir la barre des 100 000 lits gérés en 2001. ■

Le Figaro Économie, 22/02/1999

Le Journal du Dimanche

SECOND MARCHÉ INTRODUCTION DE PIERRE & VACANCES LE 11 JUIN

Le soleil entre en Bourse

DES GEANTS français du tourisme débarquent à la bourse. Nouvelles Frontières prévient son introduction pour fin de l'année. Dès le 11 juin, Pierre & Vacances vivra le feu. 25 % des parts sont proposés soit 1,85 millions de titres dont 1,1 million à la faveur d'une augmentation du capital. Gérard Brémont, 61 ans, qui dirige l'entreprise ne décevra plus le 68,5 % des parts, après introduction en bourse contre 80,7 % aujourd'hui). La Caisse des Dépôts va mener sa participation de 2 à 6 % et le groupe est né à la fin des années 60 avec l'aménagement, la construction et l'exploitation d'Avoriaz, dans les Alpes. Aujourd'hui, Pierre & Vacances exerce deux métiers : la promotion de résidences de tourisme venues sur plan à des investis-

seurs et la gestion du parc immobilier qu'elle a construit, dans 78 sites (soit actuellement 18 400 appartements).

Pierre & Vacances prochainement coté. Interview de son PDG, Gérard Brémont

menés), à la mer et à la montagne. En 1998, Pierre & Vacances a accueilli un million de clients, dont 57 % ont acheté en direct leur séjour. Gérard Brémont explique au JDD pourquoi son groupe souhaite s'introduire en bourse.

A quoi serviront les quelques 200 millions de francs que vous allez lever au second marché ? La bourse va nous permettre

de financer notre expansion en Espagne et en Italie, où nous souhaitons reprendre des immeubles ou des sociétés de service. Nous n'avons pas l'intention pour l'instant de construire en direct des résidences dans ces deux pays. Près de 40 % de notre clientèle est déjà étrangère et nous devons lui offrir du choix, c'est à dire des résidences hors de France et dans les DOM-TOM. D'autre part, nos clients français ont eux aussi envie d'aller en vacances sur la Costa del Sol ou sur la côte Ligure.

Vous venez de recruter à Pierre & Vacances, Eric Blanc, ex-patron d'Havas Voyages en même temps que vous présidez la Maison de la France qui assure la promotion de la destination France à l'étranger. Est-ce à



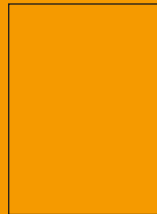
Gérard Brémont, le PDG de Pierre & Vacances, n°1 français des résidences de tourisme.

dire que vous préparez votre succession ? Je ne chéris pas une action liée de cette introduction, parce que je crois à l'avenir et au développement de Pierre & Vacances. Je ne suis pas fan de l'entreprise dynastique. Mon fils Olivier suivra très

bien, dans l'entreprise de production audiovisuelle, qu'il a créée, Marathon. Il est administrateur de Pierre & Vacances, je suis au conseil de Marathon. Il aurait pu diriger Pierre & Vacances, il en avait les compétences. Mais l'important pour un enfant c'est qu'il s'épanouisse au mieux dans ce qu'il a envie de faire. Mon optique est de continuer à être le responsable de Pierre & Vacances, mais sans acharnement thérapeutique. J'ai sucré de moi une équipe de collaborateurs très affûtés, qui disposent de délégation de responsabilités importantes. Quant à Maison de la France, c'est un mandat qui me passionne.

A combien sera valorisée votre participation dans Pierre & Vacances ? A quelques 500 Millions de francs. **Propos recueillis par** Béatrice Peyrani

« À nous la Bourse! »



2002



Les prémices des résidences premium



L' aventure du premium s'initie en 2002 lorsque les dix résidences de montagne MGM intègrent Pierre & Vacances. Situées dans des stations réputées (Méribel, Val d'Isère, Tignes ou Chamonix), ces constructions à l'esprit chalet, aux matériaux nobles et aux vastes espaces, séduisent par la qualité de leurs équipements de loisirs et de bien-être. Cette acquisition contribue à la montée en gamme de l'ensemble du Groupe avec la création de la marque Pierre & Vacances premium en 2009, qui regroupe les résidences d'origine MGM et celles construites, reprises ou commercialisées par Pierre & Vacances en France et à l'international. Au nombre de 45 en 2016, implantées dans les sites les plus recherchés, d'une architecture et d'un design hautement qualitatif, elles se distinguent par une grande variété de services hôteliers, d'espaces de bien-être, de livraison de courses, et de petits-déjeuners Fauchon ou un dîner préparé par un chef à domicile. La gamme s'élargit aussi à la mer, parfois en partenariat comme au Portugal et à l'île Maurice.



Hotel & Resort Pierre & Vacances premium Crvena Luka en Croatie



Le spa de la résidence Pierre & Vacances premium
Les Hauts Bois à Aime La Plagne
Photo du dessous :
Le bien-être chez Pierre & Vacances premium

« Il existait un air de famille entre chaque résidence MGM, marquée par la tradition du bois, dont raffolaient les clients. Nous avons conservé le design historique en y apportant des touches de modernité tant dans la décoration que dans les fonctions. Nous avons posé les fondements du design premium lors de la construction de la résidence L'Amara à Avoriaz, jouant sur le bois et les matières nobles, revisitant l'ambiance de manière contemporaine avec douceur et rondeur pour un intérieur douillet. Nous avons porté une attention particulière aux espaces, très ouverts et lumineux, largement baignés par la lumière. Créateurs "d'espaces de vie", nous apportons des surprises, par exemple des photos de Land Art à Avoriaz en collaboration avec un artiste local. Le haut de gamme se décline également dans les cottages Center Parcs – où nous avons conçu de nouvelles gammes VIP Wellness pour répondre à la demande accrue de confort et de bien-être – ainsi que dans les résidences urbaines Adagio et à Villages Nature Paris. »

Céline Marcoz-Blondeel,
Directrice Produits et Concepts
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs



Résidence Pierre & Vacances premium La Ginabelle
à Chamonix

« MGM a été notre première acquisition sur le segment haut de gamme.

Ces résidences avaient été construites entre 1997 et 2002 par Maurice Giraud dans des stations de montagne réputées. Cet achat est intervenu après celui de Maeva qui était notre principal concurrent en France. La reprise de MGM avec ses dix résidences apparaissait alors presque mineure. En fait, elle a catalysé le développement d'une offre haut de gamme en proposant des appartements spacieux, avec des prestations et des services personnalisés autour du bien-être. Nous avons vécu un dilemme sur le changement de nom car les clients étaient très attachés à celui de MGM, une référence du haut de gamme. Or, ils ont renouvelé leur confiance à Pierre & Vacances premium, sensibles aux nouveaux équipements et services proposés. De plus, le changement de nom a impulsé un effet de halo positif pour la marque Pierre & Vacances. »

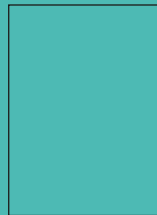
Charles-Antoine Pinel, Directeur Général
France Seniors de Korian, Directeur Général
de Pierre & Vacances Tourisme de 2001 à 2016



Le spa de la résidence Pierre & Vacances premium
Le Village à Arc 1950



« Des vacances
où tout n'est que prestige,
calme et volupté »



2003



Center Parcs entre dans le Groupe



C'est en 2003 que Pierre & Vacances part à la campagne. En effet, le Groupe, spécialisé dans les résidences à la montagne et à la mer, acquiert la totalité de Center Parcs (après avoir acquis 50 % du capital en 2001). Cette société d'origine néerlandaise, spécialiste des courts séjours au cœur de la nature, est une institution au Benelux et en Allemagne. Elle a multiplié les innovations depuis sa création en 1967 par Piet Derksen, en inventant le court séjour dans des cottages cosy autour d'une piscine chauffée, puis de l'Aqua Mundo (le paradis aquatique), et popularisé le terme *midweek* (séjours en pleine semaine). Bien qu'accueilli avec scepticisme en 1988, le premier Center Parcs en France rencontre un succès immédiat tout comme le second en Sologne. Les implantations suivantes, enfants de Pierre & Vacances et de Center Parcs, tirent le meilleur de leurs deux parents.

« Voisine du premier village Sporthuis Centrum en Belgique, ouvert en 1981, j'ai commencé comme intérimaire.*

Le concept nous était encore inconnu alors que les Néerlandais l'avaient adopté depuis longtemps. Les villas étaient souvent plus confortables et mieux équipées que leur propre habitation. Seule la piscine était alors couverte. C'est à partir de 1986, qu'un dôme transparent a été installé au-dessus de la piazza. Le premier site en France – Les Bois Francs – a été copié conforme de celui de Belgique. Nous avons dû nous adapter à un pays latin, notamment pour les horaires de restauration : l'ouverture de 17 à 20 heures était une hérésie pour des Français ! Au début, personne n'y croyait. Certains pensaient que tout le site était sous bulle, d'autres que Center Parcs était une secte car une grande croix blanche s'élevait à l'entrée, et une bible était disposée dans chaque chambre, selon la volonté du fondateur de Center Parcs. »

Anne-Marie Pareyn, ancienne Directrice des Opérations Center Parcs France puis Directrice Villages Nature Tourisme

*Sporthuis Centrum prend le nom de Center Parcs en 1986

Bungalow Center Parcs De Lommerbergen, Pays-Bas



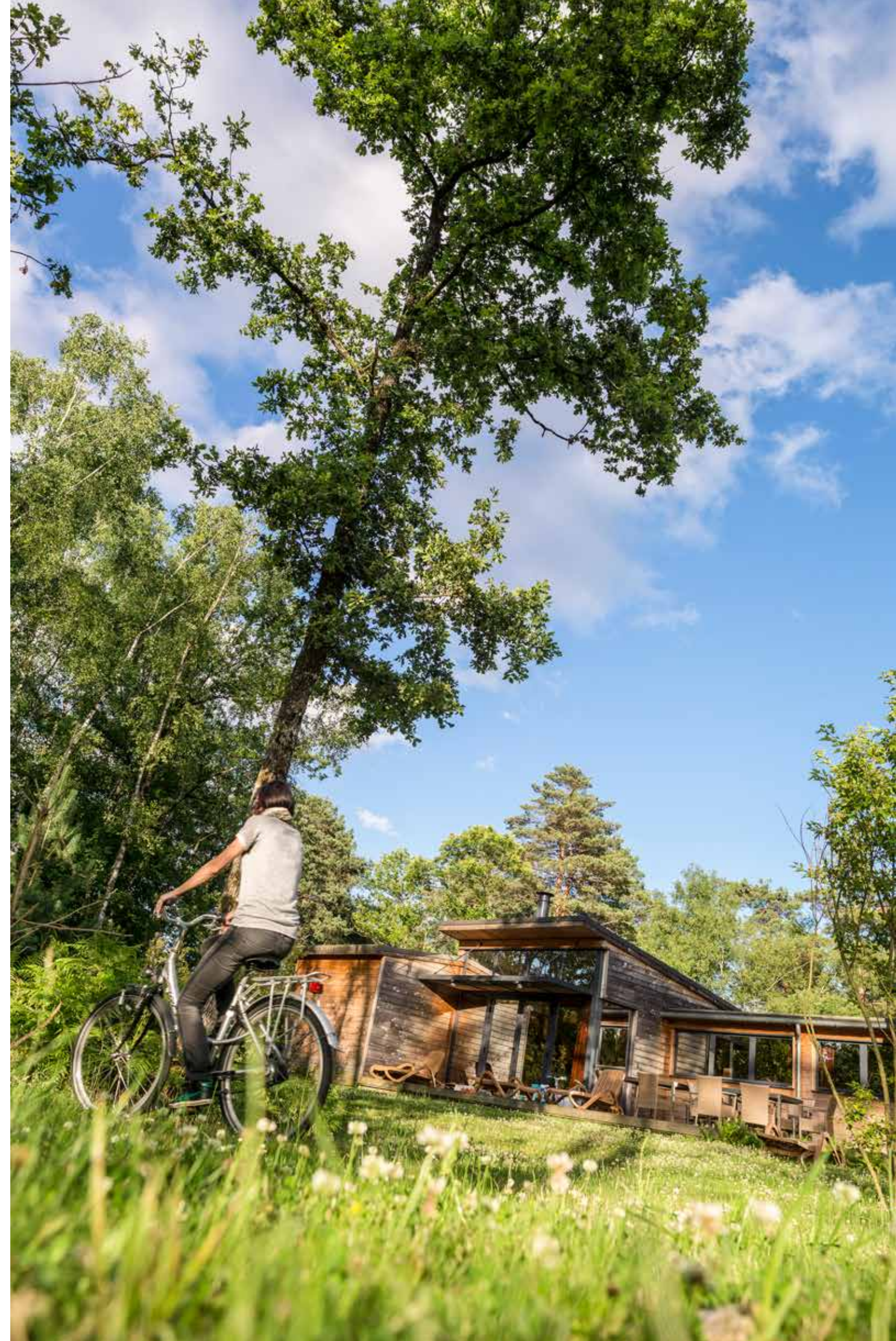
Intérieur d'un cottage Center Parcs Park Berkenhorst, Pays-Bas, en 1976

« Je faisais partie des rares Néerlandais qui n'avaient jamais séjourné dans un Center Parcs lorsque j'ai rejoint la société en 1989 en réponse à une petite annonce.

Je n'ai pas oublié le choc ressenti en visitant un Domaine pour la première fois : j'ai été submergé par les plantes, le chant des oiseaux. La réalité était bien supérieure à la brochure de présentation. L'implantation en France a constitué une étape importante car on nous disait que les Français n'aimaient que la montagne et le bord de mer et ne nous suivraient pas en Sologne ou dans les terres de Normandie. Nous avons confiance en notre concept car profiter de la nature est un besoin universel. Cela nous prédisposait à nous mobiliser sur le développement durable. Sous l'impulsion de Gérard Brémond, nous avons pris de nombreuses initiatives dans ce sens, toujours en impliquant nos clients. »

Paul Geraeds, Management Team Center Parcs De Vossemereen en Belgique de 1989 à 2005, puis Directeur Marketing et Communication Center Parcs jusqu'en 2014

Cottage Center Parcs Les Hauts de Bruyères, France



« C'était un peu David rachetant Goliath lorsque nous avons acquis Center Parcs (murs inclus) auprès de Scottish & Newcastle. Nous avons fait alliance avec l'un des autres candidats acquéreurs, Deutsch Bank Capital Partners, et présenté la meilleure proposition financière. L'acquisition préalable de Gran Dorado, concurrent plus modeste de Center Parcs aux Pays-Bas, nous a aidés à comprendre l'environnement. J'ai travaillé directement avec les dirigeants d'alors de Center Parcs dans la structuration de ce *deal* et préparé le rachat des 50 % détenus par le fonds d'investissement. J'ai découvert une marque forte et fière, un peu en manque de croissance à l'époque, mais au potentiel mondial. Une marque emblématique aux Pays-Bas, au point que l'on dit que tout Néerlandais a été conçu ou est né dans un cottage Center Parcs ! Eux estimaient que Pierre & Vacances était hyper-crétif, nous étions un peu trop immobiliers à leur goût. Les deux sociétés ont vécu plusieurs années côte à côte plutôt qu'ensemble. C'est "presque" chose faite maintenant avec des Directions supports et une Direction des ventes commune. Nous appliquons désormais le *business model* de Pierre & Vacances dans les territoires natifs de Center Parcs, en vendant les actifs à des propriétaires individuels et institutionnels, pour mener à bien la rénovation de l'ensemble des domaines. Le Groupe est en marche et la synergie des métiers et des équipes fera son succès de demain. »

**Thierry Hellin, Directeur Général Adjoint
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs**

Centre Village Center Parcs Les Trois Forêts, France



Aqua Mundo Center Parcs Les Trois Forêts, France
Photo du dessous :
Piscine Center Parcs De Lommerbergen, Pays-Bas

« Le concept Center Parcs me plaisait car je souhaitais m'investir dans un projet humain, authentique, proche de la nature, après des années dans le monde du parc à thèmes. Le premier site sur lequel j'ai travaillé était les Trois-Forêts, en Moselle, considéré comme le Center Parcs nouvelle génération. Ma mission était de réinterpréter les clés du succès en s'appuyant sur les fondamentaux d'origine. Nous avons mené la réflexion en nous référant à la nature, en nous insérant dans ce site forestier qui garde un aspect sauvage. Même chez soi, dans son cottage, domine l'impression d'être seul au monde. Ainsi, sont favorisées une déconnexion avec le quotidien et une reconnexion avec les siens. Nous nous sommes appuyés sur cinq piliers indispensables au concept Center Parcs : la nature bien sûr, les activités diversifiées, le cottage, l'Aqua Mundo, l'accueil chaleureux. Et nous en avons rajouté un sixième : le spa nature, une tradition nordique que nous adaptons en mode bien-être. »

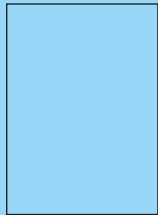
**Michel Linet-Frion, Directeur Création & Innovation
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs**



Cottage Wellness Center
Parcs Les Trois Forêts, France



« Un paradis aquatique
pour petits et grands »



2000



Nouveaux loisirs



Facilitateur d'activités et créateur d'expériences... Dans les villages et les résidences Pierre & Vacances, dans les domaines Center Parcs, les loisirs se conjuguent à la première personne, au rythme de chaque membre de la famille, et au pluriel, lors de moments de partage, au-delà des repas. Loin d'être figées, les activités épousent leur temps, toujours fondées sur les mêmes ressorts de plaisir, de découverte, d'osmose avec la nature. Mais chaque village, résidence ou domaine, lié à son terroir, cultive sa singularité, créant des activités en lien avec son environnement et des thématiques adaptées à chaque âge. Si l'Aqua Mundo reste l'attraction icône de Center Parcs, suscitant toujours le même enthousiasme auprès de toutes les générations, les hôtes goûtent aussi les sports traditionnels comme le golf ou le tennis, les parcours d'aventure revisités ou l'observation des animaux au Bois aux Daims, avant de se plonger dans les délices du spa. Le bien-être prend désormais une place de choix, également dans les résidences Pierre & Vacances en pointe sur les multi-activités.

« Il ne faut pas dupliquer, copier-coller mais travailler en fonction du lieu, de l'époque. La scénarisation et l'interactivité sont de plus en plus présentes. Prenez le mini-golf, activité traditionnelle et prisée de toute la famille. On le rend interactif en insérant une puce dans la balle et des obstacles peuvent être déclenchés pour favoriser les enfants au détriment des parents. On pratique les mêmes activités mais de manière différente, plus dépaysante. On continue bien sûr à se balader en forêt ou à s'exercer au tir à l'arc mais sur fond d'histoire, en suivant un scénario. De même, les restaurants, pour attirer les enfants surtout, deviennent des lieux de mise en scène, d'expérience où les objets bougent, prennent vie, se déclenchent dans un décor, support d'une histoire, d'une légende. »

**Michel Linet-Frion, Directeur Création & Innovation
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs**



Cool Factor Jump à Center Parcs Le Lac d'Ailette, France
Photo du dessous :
Zip Wire à Center Parcs De Kempervennen, Pays-Bas



Animation cirque au village
Pierre & Vacances de Lacanau



Week-end Top Chef avec Kevin D'Andréa
à Center Parcs Le Lac d'Ailette, France



Quand je serai grand, je serai pompier
à Center Parcs De Huttenheugte, Pays-Bas

Rolling Bulle à Center Parcs
Le Lac d'Ailette, France



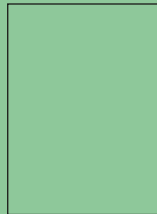
« Center Parcs n'est pas seulement un Aqua Mundo entouré de cottages mais propose des activités pour chaque membre de la famille et des moments de partage.

Soixant-cinq nouvelles activités ont été lancées en Europe. Dans chaque pays existe un domaine où louer un cottage avec un poney, où trouver un kids safari... Certains domaines sont davantage dédiés aux plus jeunes en proposant par exemple de la baby gym aux plus petits, ou une Académie (genre Star Ac) aux 6-11 ans, ou encore un atelier graff ou DJ aux ados. Mais partout, les enfants retrouvent le même socle d'activités incontournables, en particulier les activités "Quand je serai grand...", la ferme et les shows d'Orry. Ensuite, chaque domaine cultive les attraits propres de son environnement. Ainsi, le Park Hochsauerland permet de skier et le Lac d'Ailette de pratiquer des activités nautiques. Susciter la surprise, c'est aussi une incitation à la découverte d'un autre domaine. Le numérique change aussi la donne tant pour la réservation d'activités que de nouvelles propositions en réalité augmentée ».

**Vanessa Diriar, Managing Director Center Parcs France,
Vice CEO in charge of Sales & Marketing Center Parcs Europe**



« De la haute voltige,
dans les airs
ou dans les arbres,
que de sensations fortes »





« Nous ne sommes pas seulement hébergeurs, mais aussi producteurs d'expériences. Ainsi, nous imaginons des offres sur mesure. Par exemple, pour les familles (majoritaires à 61 %), nos formules avec prise en charge des enfants sont très appréciées. Pour les jeunes adultes, nous multiplions les initiatives en partenariat, comme l'ambiance "La Folie Douce" sur les pistes de Val d'Isère ou Méribel. Parce que les nouvelles envies passent aussi par le bien-être, la fête, la table ou par l'immersion dans l'environnement avec une vision différente. Ainsi, nos clients se baladent dans l'Esterel avec un conteur local ou en Ardèche en compagnie d'un apiculteur. Nous sommes présents sur certains sites depuis près de 50 ans, connaissons leur patrimoine et voulons le faire découvrir. Ancrés à la fois réellement dans la région et virtuellement via le numérique, nous voulons apporter un supplément d'âme. »

**Charles-Antoine Pinel, Directeur Général
France Seniors de Korian, Directeur Général
de Pierre & Vacances Tourisme de 2001 à 2016**

Quand je serai grand, je serai jardinier
à Center Parcs Erperheide, Belgique



Quand je serai grand, je serai gardien de la forêt
à Center Parcs Het Heijderbos, Pays-Bas

« Le 14 avril 2000, je suis arrivé en formation à Cap Esterel et j'ai halluciné en découvrant la grandeur du site, les équipements, le nombre d'animateurs (une centaine en été). Alors que j'étais persuadé qu'il n'y avait pas d'animation chez Pierre & Vacances. J'ai surtout été séduit par la vision familiale prépondérante avec la convivialité pour tous de 3 à 77 ans et plus, l'absence de murs étanches entre enfants et adultes, entre animation sports et loisirs. Dans les seize villages Pierre & Vacances, notre maître mot est le partage d'expériences, de connaissances, les rencontres. Nous avons pris une longueur d'avance avec les clubs enfants, répartis en trois catégories d'âge, avec l'originalité des stages (agent secret, mode, DJ...) et notre "focus" sur les ados avec le SpOt, véritable quartier général et espace totalement dédié aux 14-17 ans. Dans les plus petits villages, nous avons lancé Planète kids, un programme pour les 6-12 ans. Pour conforter nos "piliers" d'animation : le zéro contrainte, des séjours en famille pour tous et un rythme de séjour ou chacun choisit sa "cadence" de vacances ! »

**Didier Bounichou, Coordinateur
Animation Pierre & Vacances**

2007



Des résidences en ville



La première résidence urbaine Pierre & Vacances naît Porte de Versailles à Paris en 1979, séduit les touristes européens, en particulier les Italiens, mais aussi les clientèles d'affaires. Le parc en ville grandit, s'intègre à la bourse d'échanges et s'étend au-delà de la capitale en 1996. Puis, Pierre & Vacances City et Suite Résidence d'Accor s'allient en 2007, le géant hôtelier apportant son implantation et sa force commerciale mondiales, Pierre & Vacances son expérience immobilière et son parc de résidences de tourisme en ville. C'est la naissance d'Adagio City Aparthotel, avec une petite vingtaine de résidences. Cette joint-venture, rebaptisée Aparthotels Adagio, numéro 1 européen de la résidence urbaine, forte d'une triple gamme (Adagio Access (ex-Citea), Adagio, Adagio Premium), se développe au-delà de l'Europe, en Afrique, au Moyen-Orient et en Amérique du Sud avant de s'implanter en Asie. Avec une centaine de résidences en 2016, dont un quart hors hexagone, la marque présente un potentiel mondial de croissance grâce à deux actionnaires.

« À ses débuts, la démarche d'Aparthotels Adagio pourrait se comparer à celle d'une start up, une marque qui a réussi, grâce à l'addition de compétences et de moyens des Groupes Pierre & Vacances-Center Parcs et AccorHotels. Ce succès s'explique aussi par le fait que nous étions présents avant l'explosion de la résidence urbaine, que nous proposons déjà un marché normé et organisé et que nous avons fait en sorte que le client façonne avec nous le concept de cet hébergement alternatif. Au démarrage, les très longs séjours étaient majoritaires; maintenant, sont également proposées des formules de 3, 4, 9, 27 nuits. Un client doit se sentir bien dans son appartement, sa résidence, et connecté à son quartier, sa ville. Ainsi, nous nous attachons à créer l'Adagio du futur en restructurant les espaces, en aménageant des volumes spacieux, notamment dans nos nouvelles résidences à l'international, en multipliant les expériences conviviales, car le touriste comme l'homme ou la femme d'affaires veut partager. »

**Martine Balouka-Vallette, Directrice Générale Tourisme
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs**



La Tour Eiffel
Photo du dessous:
Aparthotel Adagio Paris,
France

Aparthotel Adagio Bruxelles, Belgique



Aparthotel Adagio Vienne, Autriche

« Nos deux groupes se connaissent depuis toujours mais ce rapprochement industriel et stratégique était une vraie bonne idée: en créant Aparthotels Adagio, AccorHotels bénéficiait de l'expérience de Pierre & Vacances sur l'accueil de la clientèle touristique et nous l'appliquions au domaine corporate. C'est la taille du réseau qui fait notre force : nous sommes le plus gros opérateur en Europe et Amérique latine sur ce segment porteur. Aparthotels Adagio est un produit extraordinaire, rigoureux, efficace, qui répond aux demandes des clients, sélectif sur les implantations, la taille, les méthodes. Il est né de l'intelligence et de l'expérience et porte la marque de Martine Balouka-Vallette, qui m'a fait aimer le monde de l'hôtellerie et des loisirs il y a presque un quart de siècle. Gérard Brémond et moi-même avons envie de faire grandir cet enfant commun. Nous exerçons une présidence tournante, un an chacun, et n'avons jamais eu le moindre différend. C'est un homme d'une grande pudeur, une belle personne pour laquelle j'ai une véritable admiration. »

Sébastien Bazin, Président-Directeur Général de AccorHotels



« Côtayer la Tour Eiffel
pour déjeuner,
on se souviendra
de ce séjour à Paris ! »



« Parfois, des musiciens classiques répétaient dans le jardin, même en plein hiver. De nombreux artistes étaient clients de la résidence Charles Dullin, au pied de la butte Montmartre. Ils y venaient pour trois jours ou deux mois. Les musiciens d'Eddy Mitchell y ont habité pendant l'hiver 1993-1994 quand "Schmoll" se produisait à Paris. J'ai eu la chance d'être invité à tous ses concerts ! Quand la troupe des Chippendales, qui jouait à l'Élysée-Montmartre, a investi la résidence, ce n'est pas passé inaperçu. Une jeune actrice, désormais célèbre, qui tournait avec Depardieu, me demandait de poster son courrier à son amoureux, avec des cœurs sur l'enveloppe. Nous proposons tous les services, room service, pressing, taxis et comme dans toutes nos résidences parisiennes, réception ouverte en permanence, conciergerie. »

**Pascal Picot, ancien Directeur des Opérations
Pierre & Vacances PACA, actuel General Manager
du Center Parcs Le Lac d'Ailette**



Montmartre, Paris, France

« Comment vivent nos clients, où ont-ils envie de poser leur ordinateur, de se reposer, de prendre le petit-déjeuner ?

Ce ne sont pas des détails car certains passent plusieurs mois dans une résidence Adagio et nous étudions les différents moments de leur séjour afin de leur offrir l'ergonomie la plus adaptée à leurs besoins. À un moment, nous avons séparé le coin cuisine du salon des studios, pour davantage de confort et de calme. Nous avons vite fait marche arrière car les clients voulaient cuisiner en regardant la télévision ou en gardant un œil sur leur ordinateur ».

**Céline Marcoz-Blondeel,
Directrice Produits et Concepts
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs**

Aparthotel Adagio Cologne, Allemagne



Aparthotel Adagio Liverpool,
Grande-Bretagne



2012

★

Buller
à Avoriaz

★

Second souffle, nouvel élan, jeunesse retrouvée, autant d'expressions qui saluent l'extension d'Avoriaz en 2012. Cette mutation s'imposait aux yeux de son créateur, Gérard Brémont, qui soutient que tout corps immobile s'érode faute de stimulant. Or, au début des années 2000, la station restait sur sa lancée, vivant en quelque sorte sur ses beaux acquis. L'heure avait sonné de relancer Avoriaz afin qu'elle conserve son rôle d'avant-garde, d'aiguillon à innovations. Lancé en 2009, le chantier d'extension donne naissance à des résidences haut de gamme à performance énergétique élevée, dont l'Amara, première construction Pierre & Vacances premium 5 étoiles en montagne. Elles sont érigées dans le prolongement des quartiers existants, toujours sous la houlette de Jacques Labro, l'architecte d'Avoriaz, labellisées Patrimoine du XX^e siècle. Après la révolution de la station sans voiture, vient celle des loisirs avec l'ouverture de l'Aquariaz, le seul espace aqualudique de montagne thématique tropical.

« Il est exceptionnel pour un concepteur, et j'ai eu cette grande chance, de suivre un projet aussi important durant 50 ans.

L'extension était une affaire délicate car la station ne peut être décentrée. Avoriaz ne s' imagine pas sans les pistes pénétrant au cœur de la station où se trouve le village des enfants. Pour ne pas perdre en cohérence, nous avons construit les nouvelles résidences en extension des quartiers existants des Crozats et de La Falaise. Un nouvel équipement de taille, l'Aquariaz, a été conçu de telle façon qu'il apporte complémentarité et originalité. Le choc créé par la végétation tropicale protégée par une paroi de verre contraste avec la neige. »

Jacques Labro, Architecte



Vues extérieure et intérieure de l'Aquariaz à Avoriaz

La station d'Avoriaz en janvier 2015



« Parc aquatique en montagne peut s'entendre comme un oxymore

alors qu'il fait froid en altitude. Un espace aquatique a besoin de chaleur et les plantes de lumière naturelle toute l'année alors que les toits sont enneigés. Ma première réaction a été de proposer un modèle de piscine améliorée et ludique, lorsque Gérard Brémont m'a demandé de réfléchir à un espace aquatique plus original. Il était convaincu qu'il fallait un équipement comparable à celui des Center Parcs de nouvelle génération. Nous avons alors conçu un espace totalement isolé par des triples vitrages, relié à une chaufferie en bois. Ce sont les végétaux qui modèlent le lieu. De larges baies vitrées font entrer la lumière naturelle et miroiter les îles du grand bassin. Le toit dans le style architectural de la station, se distingue à peine de l'intérieur à travers les feuillages. De l'extérieur, c'est un petit bijou, visible où que l'on soit dans la station. »

Michel Linet-Frion, Directeur Création & Innovation
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs

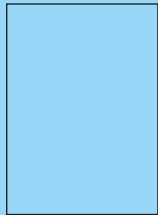
« L'Aquariaz est devenu notre icône.

C'est un équipement unique, à l'image de la station et non une énième piscine comme partout ailleurs. Avoriaz excelle toujours dans la rupture : les visiteurs restent stupéfaits en découvrant un paradis tropical en altitude. Le choc est encore plus fort aux yeux des touristes étrangers (60 % de notre clientèle) surtout ceux qui ne sont pas familiers des Center Parcs. Grâce à l'Aquariaz, aux vastes appartements dans de magnifiques résidences, aux remontées mécaniques supplémentaires, Avoriaz a retrouvé son attractivité et séduit aujourd'hui des touristes du Brésil, d'Afrique du Sud ou des Émirats. Toute la station est montée en gamme, y compris les commerces et les services. La station sans voiture reste toujours un marqueur et nous la mettons en exergue pour l'expérience 100 % skis au pied. Je ne me sens absolument pas prisonnier d'un passé brillant ; au contraire, j'en revendique la modernité d'origine. »

Stéphane Lerendu, Directeur de l'Office
de Tourisme d'Avoriaz



« Un véritable paradis
tropical en plein milieu
des pistes enneigées,
incroyable ! »





Festival Rock the Pistes à Avoriaz

*« Depuis 50 ans, Avoriaz est
la station de demain, toujours en avance.*

D'où l'impératif de progresser. La station s'était un peu assagie au fil des ans. Aujourd'hui, elle a réussi à s'étendre sans perdre son ADN ; elle est embellie et plus confortable avec ses équipements de pointe, le nouvel accueil de la station, le téléphérique, la patinoire et bien sûr l'Aquariaz. Avoriaz reste l'unique station française sans voiture, celle où les petits se promènent en sécurité. De nombreuses familles ont choisi d'y acheter une résidence car les plus jeunes pouvaient s'amuser en luge le soir et inventer leurs propres pistes un peu partout dans la station. Le village des enfants, que j'ai créé voilà plus de quarante ans avec Isabelle Mir, médaillée olympique et pyrénéenne comme moi, a évolué, à l'instar de la station. Il rayonne toujours au cœur d'Avoriaz, accueillant désormais les adolescents et initiant les tout-petits au snowboard. »

**Annie Famose,
Présidente de l'Office de Tourisme d'Avoriaz**

**Championne de ski : médaille d'or
aux Mondiaux en 1966
et médaille d'argent et de bronze aux JO en 1968**

2010



Vacances digitales



Arriver le jour de son choix dans une résidence Pierre & Vacances ou séjourner à Center Parcs à son gré, sans contrainte, le temps d'un week-end ou en milieu de semaine, cette liberté est le fruit des nouvelles technologies et des avancées de la gestion informatisée. Cette évolution numérique a été lancée par un test sur le site internet: preuve a été faite que la flexibilité était un atout maître pour attirer des néophytes. Aujourd'hui, la grande majorité des séjours commence *online* et se conclut sur les réseaux sociaux. Alors, la consultation en ligne est personnalisée selon le profil de l'internaute et se déroule en continu quel que soit l'appareil ou le *device*; ordinateur, tablette ou smartphone. Une nouvelle étape est franchie avec les « applis », véritables compagnons de vacances, qui fluidifient tous les moments du séjour. Avant l'arrivée et sur place dans un Center Parcs, les vacanciers connaissent les horaires des activités, avant de les réserver. Pendant et après le séjour, les expériences de vacances sont partagées sur les réseaux sociaux, nouvelle boussole des avis et émotions, sur lesquels l'équipe *social room* de Pierre & Vacances-Center Parcs veille en permanence.

« Nous avons fortement investi dans le digital depuis 2012 pour rattraper puis dépasser nos concurrents sur cet axe.

Le numérique étant une priorité pour nos clients, nous nous devons d'adapter nos sites internet et nos outils/applications pour répondre à leurs attentes. Nous avons largement fait évoluer les sites web pour améliorer les ventes directes au travers de sites e-commerce ergonomiques, plus rapides, personnalisés et optimisés pour mobile, PC ou tablette. Nous avons mis en place les outils qui nous permettent de mieux partager les données web, *customer relationship management* (CRM) et *call center* pour adapter nos messages et nos modes de contact et proposer des infos et offres personnalisées lors de la réservation ou de l'arrivée sur site. »

**Grégory Sion, Directeur Général Commercial et Digital Tourisme
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs**



Réserver des activités en un clic
Photo du dessous :
Bowling à Center Parcs Les Hauts
de Bruyères, France

Selfie en famille pendant les vacances à partager sur Facebook



Application Planet Center Parcs

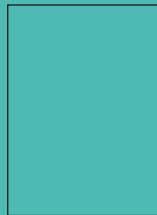
« L'application Planet Center Parcs est téléchargée par 70 % des clients.

Elle permet de réserver des services ou des restaurants, d'être informé du programme de la semaine et des horaires des activités. La réservation des activités sur le mobile en temps réel est une nouveauté lancée en décembre 2016. Le numérique permet de s'adapter à la culture de l'immédiateté. Nous cherchons à améliorer en permanence l'expérience client, par exemple avec un bracelet qui permet à la fois l'ouverture du cottage, celle d'un casier à l'Aqua Mundo et le règlement d'activités. Mais le digital nous mène encore plus loin : nous développons des chasses au trésor interactives, nous utilisons des objets connectés en misant sur l'internet des objets (IoT) pour assurer la qualité et la maintenance des équipements, nous allons recueillir à chaud les commentaires clients. »

**Vanessa Diriart, Managing Director Center Parcs France,
Vice CEO in charge of Sales & Marketing Center Parcs Europe**



« Au programme
en fin d'après-midi, golf
ou sauna ? Non, ce sera
strike au bowling »



2015



Paradis animalier au Bois aux Daims



La nature s'anime, réveillée par les animaux en liberté. Au Center Parcs du Bois aux Daims, dans le département de la Vienne, au cœur d'un domaine de 260 hectares se vit une symbiose inédite avec l'environnement et le monde animal. Y gambadent des daines, s'y promènent un cerf, des renards et y volent des geais, pies et étourneaux, acteurs principaux du film *Les Saisons* de Jacques Perrin. Ils sont devenus hôtes de ces lieux à l'issue du tournage et objets de l'émerveillement des enfants et de leurs parents qui les croisent ou les admirent depuis des affûts ou les terrasses des cottages. Chaque composante du Domaine que l'on sillonne à pied, en vélo, en barque, en poussyclette ou en golfette, révèle la nature : cottages et maisons en bois dans les arbres, ferme aux animaux domestiques, observation de vols de grues ou d'oies au-dessus du Domaine, animation dans la volière, atelier photos, parcours nature sans oublier l'Aqua Mundo et son aquarium (*Cenote pool*) avec vue sur les poissons...

« Le Bois aux Daims est une de mes plus belles aventures à double titre : politique et personnelle. Ce fut un projet passionnant qui m'a procuré une multitude de satisfactions. Je n'imaginais pas que les choses seraient si complexes. Mais de bonnes fées se sont penchées sur ce projet, ce qui nous a permis d'avancer rapidement : un propriétaire unique du terrain – une filiale de la Caisse des Dépôts –, trois préfets correspondant aux trois étapes du projet et le Groupe PVCP, un partenaire de qualité et impliqué, capable de résoudre les difficultés techniques. Résultat : ce Domaine est une réussite économique et sociale, avec la création de plusieurs centaines d'emplois privilégiant les résidents locaux et les demandeurs d'emploi. Mon bonheur a été total le jour de l'inauguration, en juillet 2015, mais encore plus fort le Noël suivant, à l'occasion d'un séjour avec mes petits-enfants. Je suis très attaché à la famille et à un tourisme fondé sur un partage d'un certain art de vivre. J'ai savouré la qualité du site et le concept Center Parcs. J'ai été séduit par le regard fasciné des enfants contemplant les daines, animaux fins et élégants. La satisfaction des enfants dans cet univers est la signature la plus forte de ce projet qui est ma plus belle aventure politique en tant qu'animateur de projets. »

Jean-Pierre Raffarin,
ancien Premier Ministre, Sénateur de la Vienne

Center Parcs Le Bois aux Daims, France

Inauguration officielle Center Parcs
Le Bois aux Daims, le 10 juillet 2015 :
Jean-François Macaire, Jean-Pierre Raffarin,
Christiane Barret, Gérard Brémond



Center Parcs Le Bois aux Daims, France



Maison dans les arbres à Center Parcs Le Bois aux Daims, France

« La contemplation, le désir de s'approcher des animaux sans perturber leur environnement, de tenter de comprendre la part de mystère qui les caractérise, c'est sans doute cela que Gérard Brémond et moi-même avons en commun. Lors de notre rencontre, nous avons imaginé différents projets qui permettraient d'établir un autre contact avec nos voisins de planète. Le cinéma permet de découvrir l'animal sauvage dans son milieu naturel. Gérard Brémond, lui, invite le visiteur à passer deux ou trois journées dans un cadre préservé où les animaux évoluent en toute liberté. Ainsi, c'est avec bonheur que nous pouvons retrouver au Domaine du Bois aux Daims les animaux "interprètes" du film *Les Saisons*. »

Jacques Perrin, Cinéaste





« La magie pour les enfants
de pouvoir approcher
et contempler oiseaux,
renards et daines
comme dans un film ! »

« En découvrant la quête d'harmonie entre Jacques Perrin et les animaux, on ne pouvait que se demander comment faire partager au plus grand nombre cette approche animalière unique.

Comme le réalisateur, nous nous interrogeons sur le cadrage. Comment pouvons-nous réinscrire les daims dans cet environnement ? Comment le client, de la chambre de son cottage donnant sur les bois, allait-il sentir les vibrations d'une nature animale et végétale aussi généreuse ? Comment allait-il vivre ce moment ? Nous avons notamment organisé un paysage en eau pour restituer à ce territoire ses zones humides trop longtemps abandonnées et cadrer les perspectives pour y admirer les couchers du soleil... un aménagement qui participe aujourd'hui à l'harmonie. Est-ce que le dessin projeté permet aux familles, parents et enfants d'avoir du plaisir ? Est-ce que cela fonctionne pour tout le monde ? Ce questionnement fait partie de cette démarche qui a croisé plusieurs approches. »

Thierry Huau,
Paysagiste et Master-planner Interscène

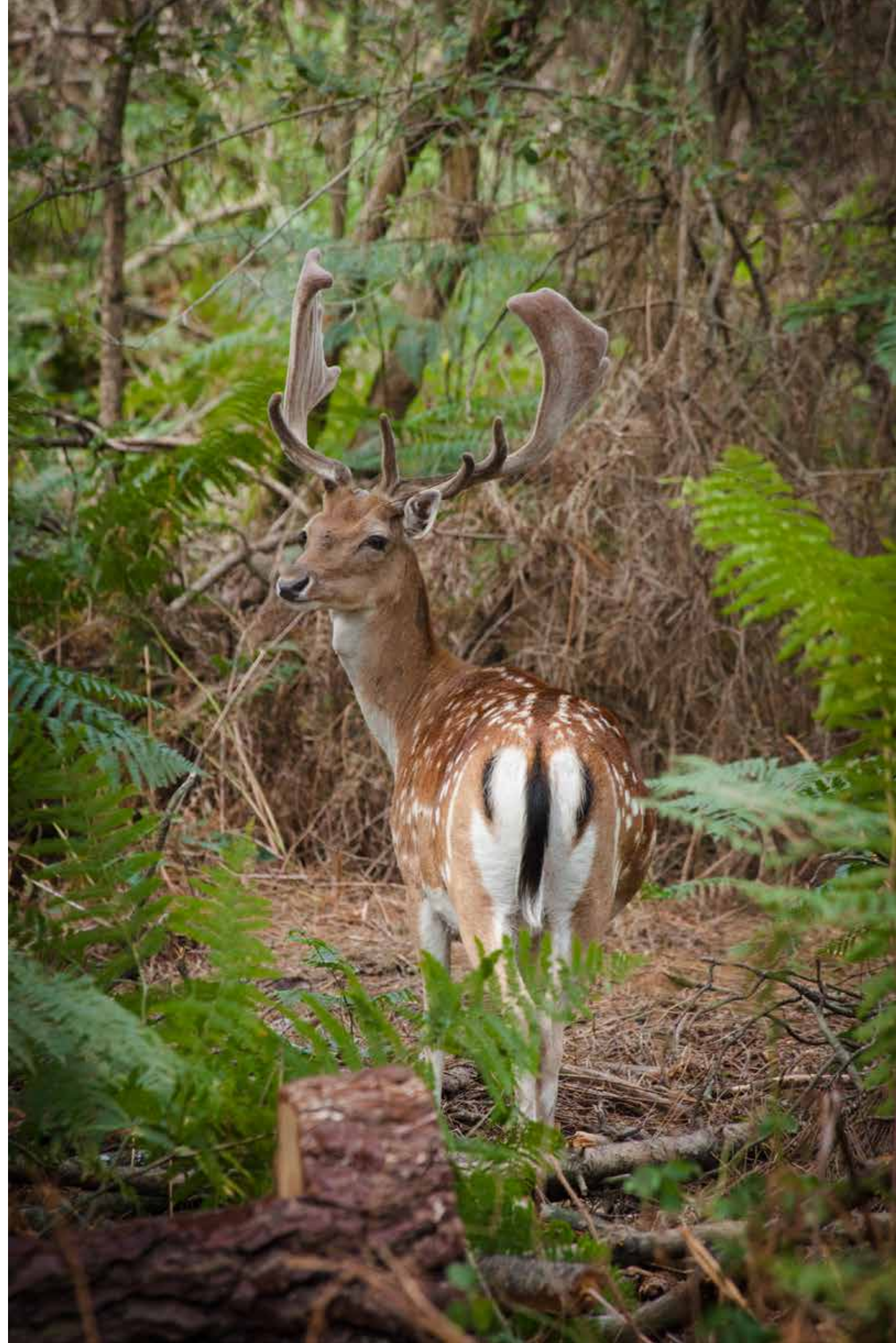


« Le Bois aux Daims prouve notre capacité à proposer un nouveau type de loisirs fondé sur la nature, qui donne envie de la découvrir encore plus et de la protéger.

Une centaine de daines vivent sur le Domaine. Elles y évoluent à leur gré, peuvent se déplacer entre les hameaux, approcher des habitations... Une première en France et une vraie expérience de cohabitation entre les hommes et les animaux ! Ensuite, grâce au partenariat avec Galatée Film et Jacques Perrin, nous avons pu accueillir sur le site une partie des animaux qui ont participé au tournage du film *Les Saisons*. Ces animaux ont noué une relation de confiance avec l'homme depuis leur naissance. Le réalisateur transmet l'émotion par l'image et nous par la rencontre, celle entre un enfant et un geai. C'est une vision positive de l'écologie, une écologie qui donne envie d'agir différemment, de faire adhérer, qui apporte une valeur à la planète et à la société. Nous prenons le client presque par la main, avec l'envie qu'il ressente le bien-être et les bienfaits d'être dans la nature, d'être à son contact et de la découvrir. »

Marie Balmain, Directrice Développement Durable
et Responsabilité Sociale d'Entreprise
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs

Toutes les photos : Center Parcs
Le Bois aux Daims, France



2017



Villages Nature Paris



En 2017, un objet non-identifié s'est élevé en Île-de-France, à une trentaine de kilomètres de la capitale, à proximité de Disneyland® Paris et du RER de Marne-la-Vallée/Chessy. Concept inédit de destination vacances dédié à la nature dans ses multiples dimensions, Villages Nature Paris ne se compare à rien d'existant, même si l'inspiration islandaise se lit dans le lagon à ciel ouvert. On y séjourne dans des petits bâtiments à l'architecture végétale, formant des collines de verdure autour d'un lac ou dans des cottages au cœur de la forêt. L'ensemble se mire dans un immense Aqualagon, chauffé par géothermie, promettant une baignade en extérieur toute l'année à une température de 30°. Sur un site de 259 hectares, se nichent une vraie ferme, des Jardins extraordinaires dédiés aux quatre éléments de la nature, une Forêt des Légendes... Cette éco-destination signée par Pierre & Vacances-Center Parcs en association avec Euro Disney S.C.A., propose 916 appartements et cottages déclinés pour une expérience inédite de vacances du XXI^e siècle.



Les Jardins suspendus et la Promenade du lac

« Villages Nature Paris est la synthèse de toutes nos expériences depuis 50 ans complétées par des innovations dans tous les domaines. Il existe une réelle cohérence et continuité entre Avoriaz et Villages Nature Paris dans l'approche de l'aménagement, du paysager et de la création architecturale. Et si l'on considère comme répétitif d'appliquer les idées directrices d'Avoriaz en Seine-et-Marne, c'est comme si l'on reprochait à un musicien de jazz de se référer à la trame harmonique, mélodique et rythmique du thème qu'il interprète. Chaque contexte est différent, mais ce sont les mêmes approches fondamentales qui sont déclinées. Villages Nature Paris est une destination éco-touristique innovante dans tous les domaines de l'habitat et des loisirs. »

**Gérard Brémond, Président-Directeur Général
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs**

Vue aérienne du chantier
depuis les Jardins extraordinaires



« Depuis le coup de crayon initial, voilà 14 ans, les fondamentaux du projet ont été respectés. Ce partenariat avec Euro Disney S.C.A. marqué la première intervention sur un grand territoire urbain, 259 hectares, à l'échelle d'une ville. C'est colossal ! Au-delà d'un développement touristique "classique" pour passer à la dimension d'une "ecopolis" touristique. En effet, ce projet concerne plusieurs communes, constitue un aménagement structurant pour la région, un Projet d'intérêt général (PIG) fondé sur une démarche novatrice. Il éclaire sur une manière de concevoir les nouveaux quartiers dans un juste équilibre entre espaces bâtis et espaces naturels. C'est un projet exceptionnel en Île-de-France à même "d'inventer" un modèle d'architecture et d'urbanisme dans lequel tout va concourir à l'harmonie entre l'homme et la nature. Une démarche qui vise à réconcilier une organisation touristique et un habitat traditionnel "ré-enchanté". »

Thierry Huau, Co-Directeur Artistique, Paysagiste et Urbaniste Interscène



Cottages Cocon VIP
Photo du dessous :
Salon Cocon VIP



La Ferme BelleVie et le potager

L'Aqualagon

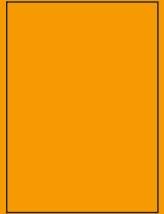


« Villages Nature Paris est une destination touristique qui offre l'évasion à 32 km de Paris. Aucune nécessité d'aller au bout du monde pour changer d'air ! Villages Nature Paris est accessible en train et en RER et nous souhaitons que nos futurs clients empruntent au maximum les transports collectifs. Les hébergements et équipements de loisirs ont été conçus pour réduire l'empreinte écologique du site. Par exemple, 100 % des besoins de chaleur (y compris ceux des espaces aquatiques) sont couverts grâce à la géothermie, une énergie renouvelable en provenance de la nappe du Dogger, un aquifère profond dont l'exploitation est rentable grâce à l'échelle du projet. Des jardins filtrants ont aussi été créés pour traiter près de 14 % des eaux de l'Aqualagon qui peuvent ainsi être recyclées dans le milieu naturel. Mais notre ambition ne s'arrête pas à la performance environnementale des bâtiments. Notre plan d'actions se poursuit en phases d'exploitation : gestion des déchets, circuits courts, découverte des jardins et des habitats naturels du site... Nous voulons transmettre une vision positive de l'écologie, qui donne envie d'agir différemment, et d'y adhérer. »

Marie Balmain, Directrice Développement Durable
et Responsabilité Sociale d'Entreprise
du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs



« Quel dépaysement,
sérénité et calme au milieu
de cette forêt enchantée ! »



* Conclusion *

N é dans les neiges d'Avoriaz et au pays des polders, ancré dans la nature avant que l'environnement ne soit un enjeu majeur, inventeur de la résidence de tourisme, des domaines Center Parcs nouvelle génération, de Villages Nature Paris avec Euro Disney S.C.A., le Groupe concentre ses activités en Europe. Désormais Pierre & Vacances-Center Parcs s'invite dans le monde entier avec Aparthotels Adagio et en Chine, premier marché touristique de la planète. Grâce au partenariat noué avec le groupe chinois HNA Tourism, les touristes chinois découvriront trois, puis cinq destinations « nature » locales d'ici à cinq ans. Inspirées du concept de Center Parcs, elles seront situées à proximité de Beijing, Shanghai, Chengdu et Fuzhou.

Si le modèle Center Parcs est désormais exporté hors d'Europe, en étant bien sûr adapté au pays d'accueil, le concept original d'immersion dans la nature est apprécié plus que jamais, rencontrant un succès accru dans des domaines nouvelle génération. En Allemagne, le Domaine de 184 hectares d'Allgäu dans le Bade-Wurtemberg attend dès 2018 les vacanciers de Stuttgart, Munich ou encore de Zurich dans 1000 cottages disséminés au cœur d'une magnifique région forestière.

Les Center Parcs de demain varient aussi en taille, en déclinant grand et moyen format comme avec les *midsized*, comptant environ 400 cottages et aux activités tournées encore davantage vers l'environnement et le patrimoine local. Sans oublier les domaines plus anciens dont la rénovation est financée par la vente des cottages à des investisseurs particuliers, appliquant ainsi le modèle Pierre & Vacances.

Par exemple Vielsam en Belgique, Nordseeküste en Allemagne ou Port Zelande aux Pays-Bas. En appliquant la règle qui a fait ses preuves depuis Avoriaz – associer immobilier et tourisme – le Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs construit et gère plus de 45 000 appartements et maisons en Europe où plus de 8 millions de vacanciers vivent une parenthèse enchantée de jours heureux.



Gérard Brémont, PDG du Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs
et Wang Jian, Président du Groupe HNA



Lac de Yang Cheng Hu à proximité de Suzhou,
province du Jiangsu, Chine



Ile de Langqi , ville de Fuzhou,
province du Fujian, Chine

Ci-contre: Plan du projet du lac de Yang Cheng Hu
à proximité de Suzhou, province du Jiangsu, Chine



Cottage Premium Center Parcs
Nordseeküste, Allemagne



Cottage VIP Center Parcs
Nordseeküste, Allemagne



Projet Center Parcs Allgäu, Allemagne

Ci-contre:
Center Parcs Port Zelande, Pays-Bas





★ Remerciements ★

Parce qu'un livre ne s'écrit pas seul
tout comme l'histoire d'une entreprise,
le Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs
tient à rendre hommage à toutes celles
et tous ceux qui ont accompagné le Groupe,
de sa création à aujourd'hui, et remercie
chaleureusement l'ensemble des personnes
qui ont témoigné dans cet ouvrage ainsi
que celles qui ont contribué à sa réalisation.

★ Crédits photo ★

(h) = haut ; (b) = bas ; (c) = centre ; (d) = droite ; (g) = gauche (i) = insert

Couverture: © Thibaut Loubère / Office du tourisme, Avoriaz ; p. 8: © Thomas Gogny / Archives PVCP ; p. 12 (h): © Estate Jeanloup Sieff / Archives PVCP ; p. 12 (b): © Office du tourisme, Avoriaz ; p. 13 (i): © Archives départementales de Haute-Savoie 153j181 ; p. 13 (h): © Eric Dessert, Région Auvergne-Rhône-Alpes, Inventaire général du patrimoine culturel, 2011/ADAGP ; p. 13 (b): © Archives PVCP ; p. 14: © Estate Jeanloup Sieff ; p. 15: © Estate Jeanloup Sieff ; p. 18 (h): © Stringer/ AFP ; p. 18 (b): © Michel Ginfray / Gamma Rapho ; p. 19 (i): © LEHR / Sipa ; p. 19 (h): © Jean-Louis Urli / Gamma Rapho ; p. 19 (b): © Archives PVCP ; p. 22: © Eric Bergoend/ Photothèque PVCP ; p. 23 (i): © Imagera / Photothèque PVCP ; p. 23 (h): © Archives PVCP ; p. 23 (b): © Eric Bergoend/ Photothèque PVCP ; p. 26: © Christian Arnal / Photothèque PVCP ; p. 27: © Interaview/ Photothèque PVCP ; p. 28 (h): © Imagera / Photothèque PVCP ; p. 28 (c): © Interaview/ Photothèque PVCP ; p. 28 (b): © Eric Bergoend/ Photothèque PVCP ; p. 29 (i): © Bruno de Hogues / Gamma Rapho ; p. 29 (h): © Tatyana Aleksieva / Gettyimages ; p. 32: © Pierrick Verny / Photothèque PVCP ; p. 33 (i): © Eric Bergoend/ Photothèque PVCP ; p. 33 (h): © Imagera / Photothèque PVCP ; p. 33 (c): © Cécil Mathieu / Photothèque PVCP ; p. 33 (b): © Imagera / Photothèque PVCP ; p. 34: © Imagera / Photothèque PVCP ; p. 35: © Imagera / Photothèque PVCP ; p. 38: © Jacques Loic/ Photononstop ; p. 39 (i): © Béatrice Peyrani ; p. 39 (h): © Les Echos ; p. 39 (b): © Sixtine LEON-DUFOUR / Le Figaro / 22.02.1999 ; p. 42 (h): © Crvena Luka / Photothèque PVCP – Dorothée ; p. 42 (b): © Eric Bergoend/ Photothèque PVCP ; p. 43 (i): © Pierrick Verny / Photothèque PVCP ; p. 43 (h): © Cécil Mathieu / Photothèque PVCP ; p. 43 (b): © Eric Bergoend/ Photothèque PVCP ; p. 46 (h): © Center Parcs / Archives PVCP ; p. 46 (b): © Center Parcs / Archives PVCP ; p. 47: © Eric Bergoend/ Photothèque PVCP ; p. 48: © Rooie Peper b.v. / Photothèque PVCP ; p. 49 (i): © Ton Hurks Fotografie / Photothèque PVCP ; p. 49 (h): © Center Parcs / Archives PVCP ; p. 49 (b): © Eric Bergoend/ Caroline Dubois- Center Parcs ; p. 52 (h): © Arnaud Calais / Myphotoagency / Photothèque PVCP ; p. 52 (c): © Goetheer Martin / Center Parcs / Archives PVCP ; p. 52 (b): © Ton Hurks Fotografie / Photothèque

PVCP ; p. 53 (i): © Ton Hurks Fotografie / Photothèque PVCP ; p. 53 (h): Photothèque PVCP ; p. 53 (b): © Didier Cavailhès NPS ; p. 54: © Janssen Fleur / Photothèque PVCP ; p. 55: © Goetheer Martin / Rooie Peper / Photothèque PVCP ; p. 58: © Rémy Cortin / Photothèque PVCP ; p. 59 (i): © Nigel Blythe / Photononstop ; p. 59 (h): © Anne-Emmanuelle Thion / Photothèque PVCP ; p. 59 (b): © Rémy Cortin / Photothèque PVCP ; p. 60 (h): © Véronique Mati/ Photothèque PVCP ; p. 60 (b): © Guido Erbring ABACapress / Photothèque PVCP ; p. 61: © Dan Dunkley ABACapress/ Photothèque PVCP ; p. 64: © Mathieu Vittré / Office du tourisme, Avoriaz ; p. 65 (i): © Interaview production / Office du tourisme, Avoriaz ; p. 65 (h): © Interaview / Office du tourisme, Avoriaz ; p. 66: © Pascal Gombert / Office du tourisme, Avoriaz ; p. 67: © Mathieu Vittré / Office du tourisme, Avoriaz ; p. 70: © Getty Images ; p. 71 (i): © Eric Bergoend/ Photothèque PVCP ; p. 71 (h): © Center Parcs / Photothèque PVCP ; p. 71 (b): © Evolve / AC Reux / Photothèque PVCP ; p. 74 (h): © Olivier Drillhon / Photothèque PVCP ; p. 74 (b): © Eric Bergoend / Interaview/ Photothèque PVCP ; p. 75 (i): © Eric Bergoend/ Photothèque PVCP ; p. 75 (h): © Eric Bergoend/ Photothèque PVCP ; p. 75 (b): © Eric Bergoend/ Photothèque PVCP ; p. 76 (h): © Romain Charles / Myphotoagency / Photothèque PVCP ; p. 76 (b): © Eric Bergoend/ Photothèque PVCP ; p. 77: © Interaview/ Photothèque PVCP ; p. 80: © Thierry Huau Interscène / Jean de Gastines Architectes /VNP ; p. 81: © L'Europe vue du ciel / VNP / Photothèque PVCP ; p. 82: © Jacques Ferrier Architectes / VNP ; p. 83 (i): © Thierry Huau Interscène / Jean de Gastines Architectes/ VNP ; p. 83 (h): © Ana Moussinet Interior Design / VNP ; p. 83 (b): © Lionel de Segonzac Atelier d'Architecture et d'Urbanisme ; T. Huau / Interscène / VNP ; p. 86: © Archives Pierre Diener/DGA & Thierry Huau/Interscene / PVCP Dimitri Delopoulos ; p. 87 (h): © Philippe Wang / Photothèque PVCP ; p. 87 (c): © Dimitri Delopoulos / Imagera / Photothèque PVCP ; p. 87 (b): © Dimitri Delopoulos / PVCP ; p. 88: © Goetheer Martin / Rooie Peper - PVCP / Lex Hardij ; p. 89 (h): © Ton Hurks Fotografie / PVCP / Lex Hardij ; p. 89 (c): © Imagera / PVCP / Lex Hardij ; p. 89 (b): © G+B / PVCP / Lex Hardij ; p. 90-91: © Imagera / Photothèque PVCP ; p. 92-93: © VNP

Printed January 2017
On Magno Natural 140 g
and Condat Gloss 115 g
By FOT Lyon
Photoengraving
Graphium, Saint Ouen



Groupe

Pierre & Vacances
CenterParcs

ENSEMBLE, NATURELLEMENT