

GROUPE PIERRE & VACANCES

Assemblée Générale du 10 mars 2003

Sommaire

- Le groupe Pierre & Vacances
- Résultats de l'exercice 2001/2002
- Activité du 1^{er} trimestre 2002/2003
- Stratégie et développement

LE GROUPE PIERRE & VACANCES

Pierre & Vacances : un acteur majeur du tourisme européen

- **4 marques principales :**
Pierre & Vacances, Maeva, MGM, Center Parcs
225 000 lits (dont 175 000 lits en France)

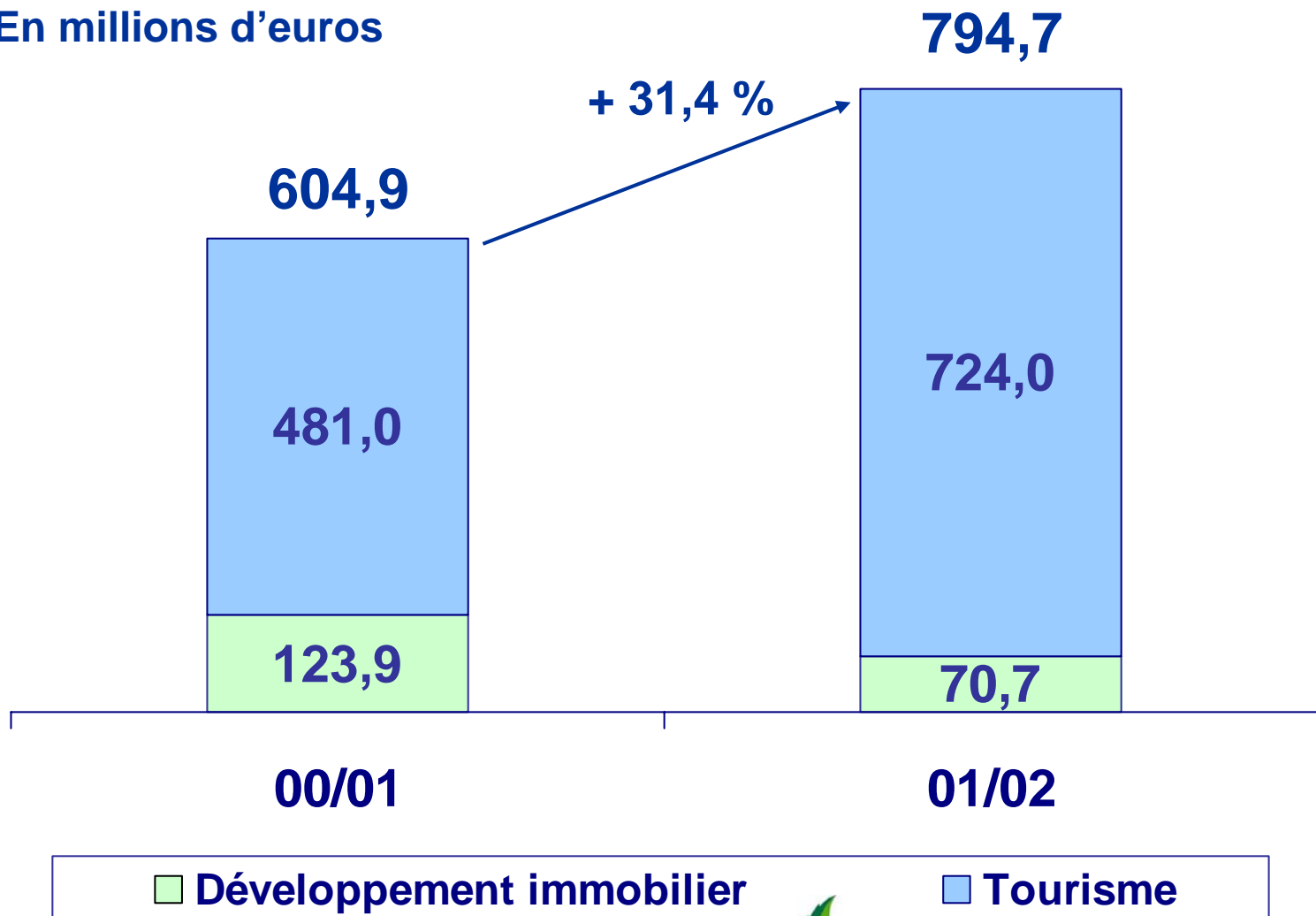
- **Les chiffres clés de l'exercice 2001/2002 :**
 - 6,6 millions de clients
 - 8 400 collaborateurs
 - Volume d'affaires : 1 270 M€
 - CA consolidé : 795 M€
 - Résultat d'exploitation : 73 M€

LES RESULTATS DE L'EXERCICE 2001/2002

du 1er octobre 2001 au 30 septembre 2002

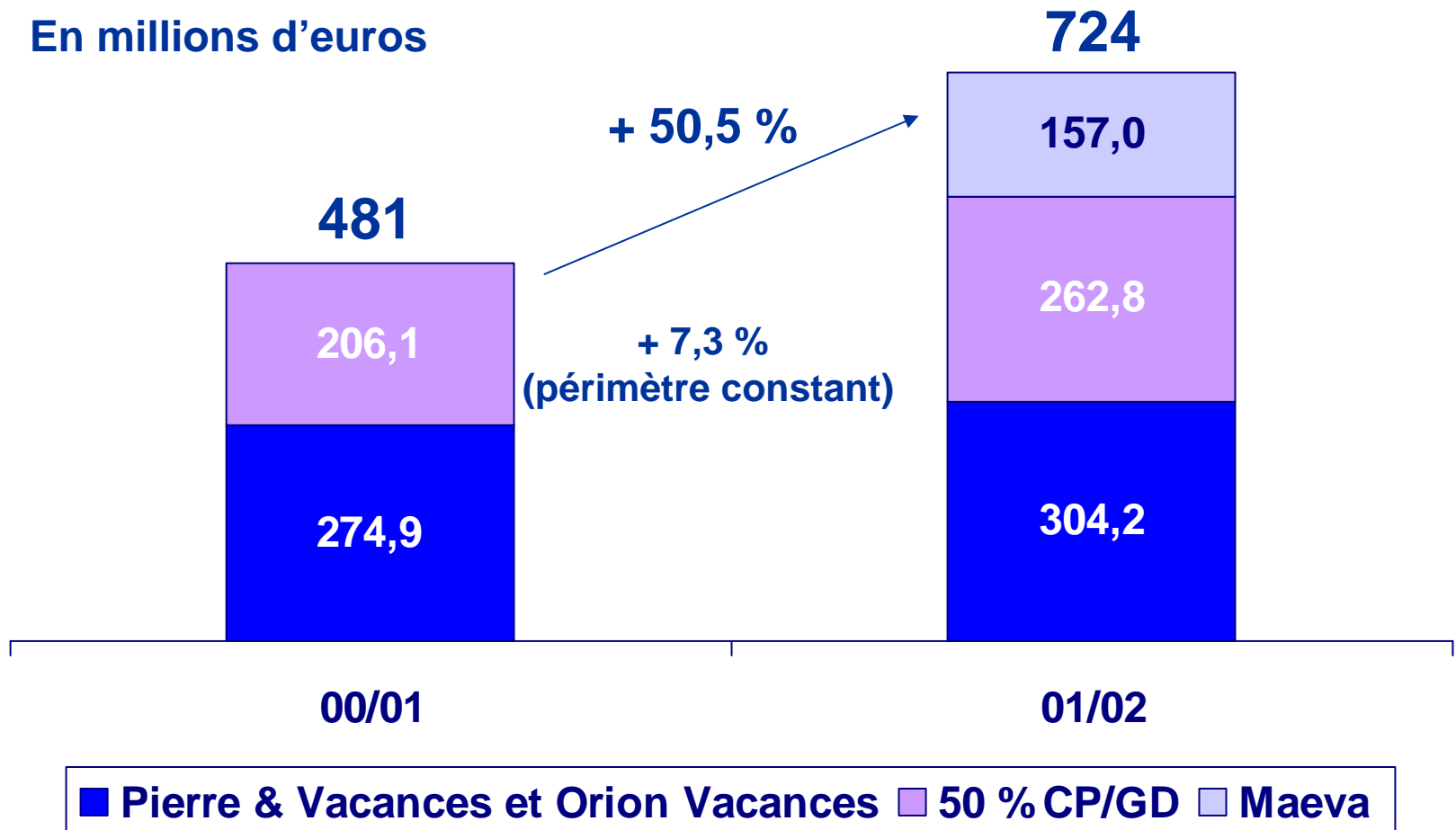
Croissance de 31% du CA du Groupe

En millions d'euros



Tourisme : progression de 50 % du CA

En millions d'euros



Tourisme :

prix moyen de vente net : + 8,0 %

	01/02	00/01 (*)	Evolution
Prix moyen de vente net (**) (en €)	436	404	+8,0%
Semaines vendues	1 019 409	1 018 792	+0,1%
Offre globale	1 569 755	1 539 154	+2,0%
Taux d'occupation	71,5%	72,8%	-1,9%

(*) *incluant 13 mois d'activité Maeva et 12 mois d'activité de la JV CP/GD (à 50 %)*

(**) *pour une semaine en hébergement*

Développement immobilier :

568 appartements livrés sur l'exercice

	2001/2002	2000/2001 rappel
. Montagne	189	244
. Valmeinier	112	
. Valmorel	75	
. Serre Chevalier	2	
. Mer	379	511
. Issambres	77	
. Hyères	72	
. Collioure	71	
. Port d'Albret	66	
. Pont Royal	54	
. Ciboure	15	
. Bourgenay	11	
. Autres	13	
. Paris	0	308
TOTAL	568	1 063
Chiffre d'affaires (en M€)	70,7	123,9



Valmorel



GRUPE
Maëva

PIERRE & VACANCES



Serre-Chevalier



PIERRE & VACANCES



Les Issambres



GRUPE
Maëva

PIERRE & VACANCES



Hyères



GRUPE
Maëva

PIERRE & VACANCES



Bourgenay



GRUPE
Maëva

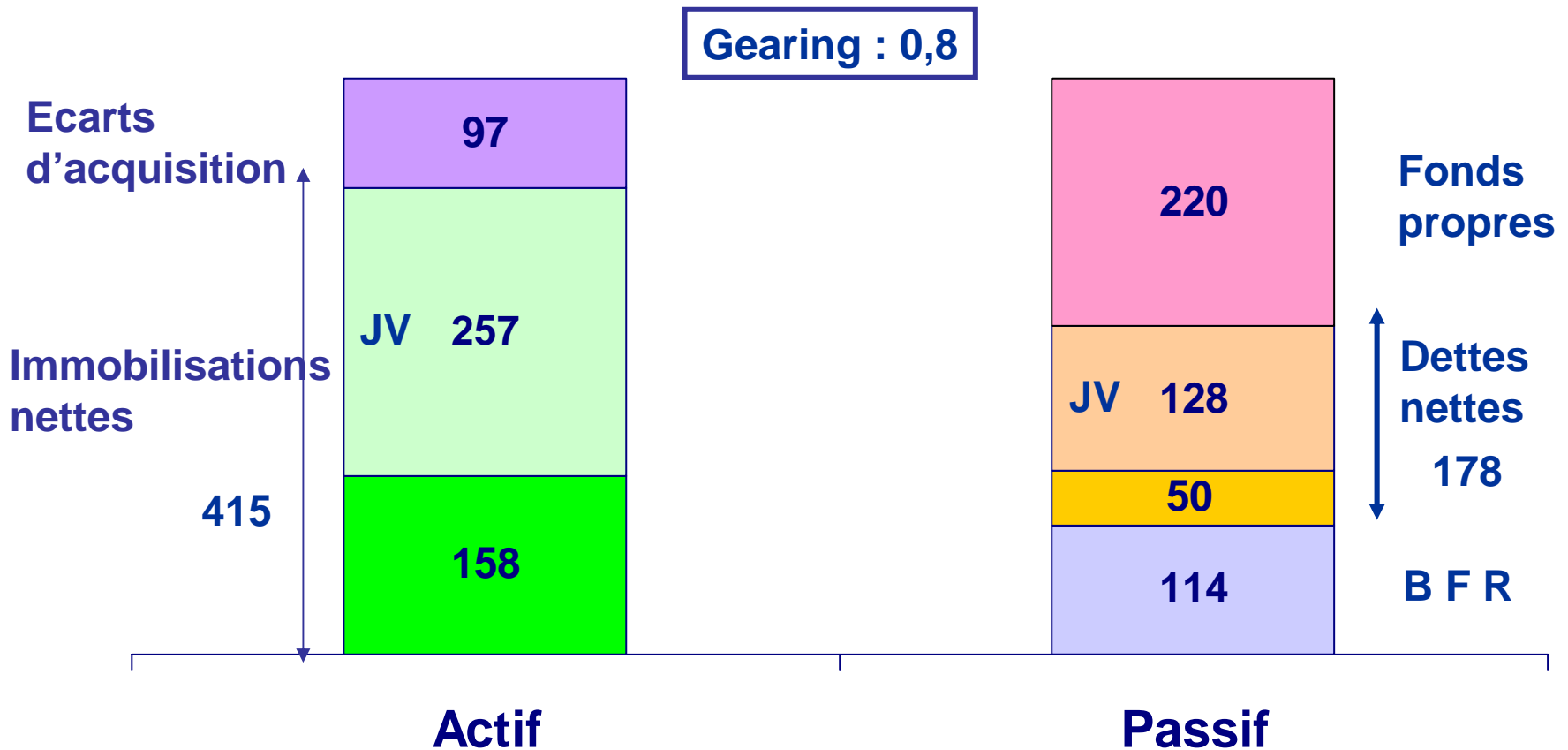
PIERRE & VACANCES

Résultat net courant : + 21,5 %

En Millions d'euros	01/02	00/01	Evol/ 01/02
Chiffre d'affaires	794,7	604,9	+31,4%
Résultat d'exploitation	73,2	51,3	+42,6%
Résultat financier	-15,4	-6,4	-
Résultat courant	57,8	44,9	+28,9%
Résultat net courant part du groupe	31,9	26,3	+21,5%
Résultat exceptionnel net	5,9	4,6	+26,1%
Résultat net part du groupe	37,8	30,9	+22,2%

Une structure financière renforcée

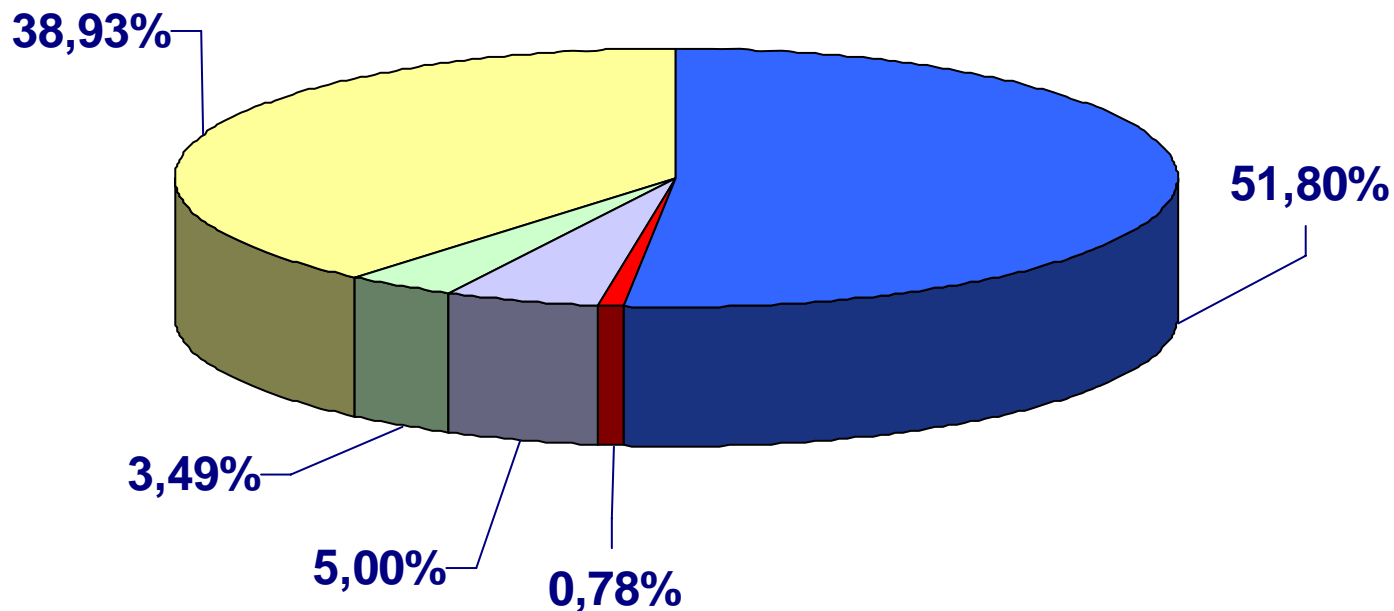
En millions d'euros



Dividendes distribués : + 23 %

	01/02	00/01	Evol.
Résultat net courant part Groupe	31,9 M€	26,3 M€	+21,5 %
Dividende net proposé à l'AGO	1,0 €	0,90 €	
Soit un montant de	8,5 M€	6,9 M€	+23,5 %

Répartition du capital (*)



■ Holdings G. Brémond ■ Salariés ■ Bolloré SA ■ CDC IXIS ■ Public

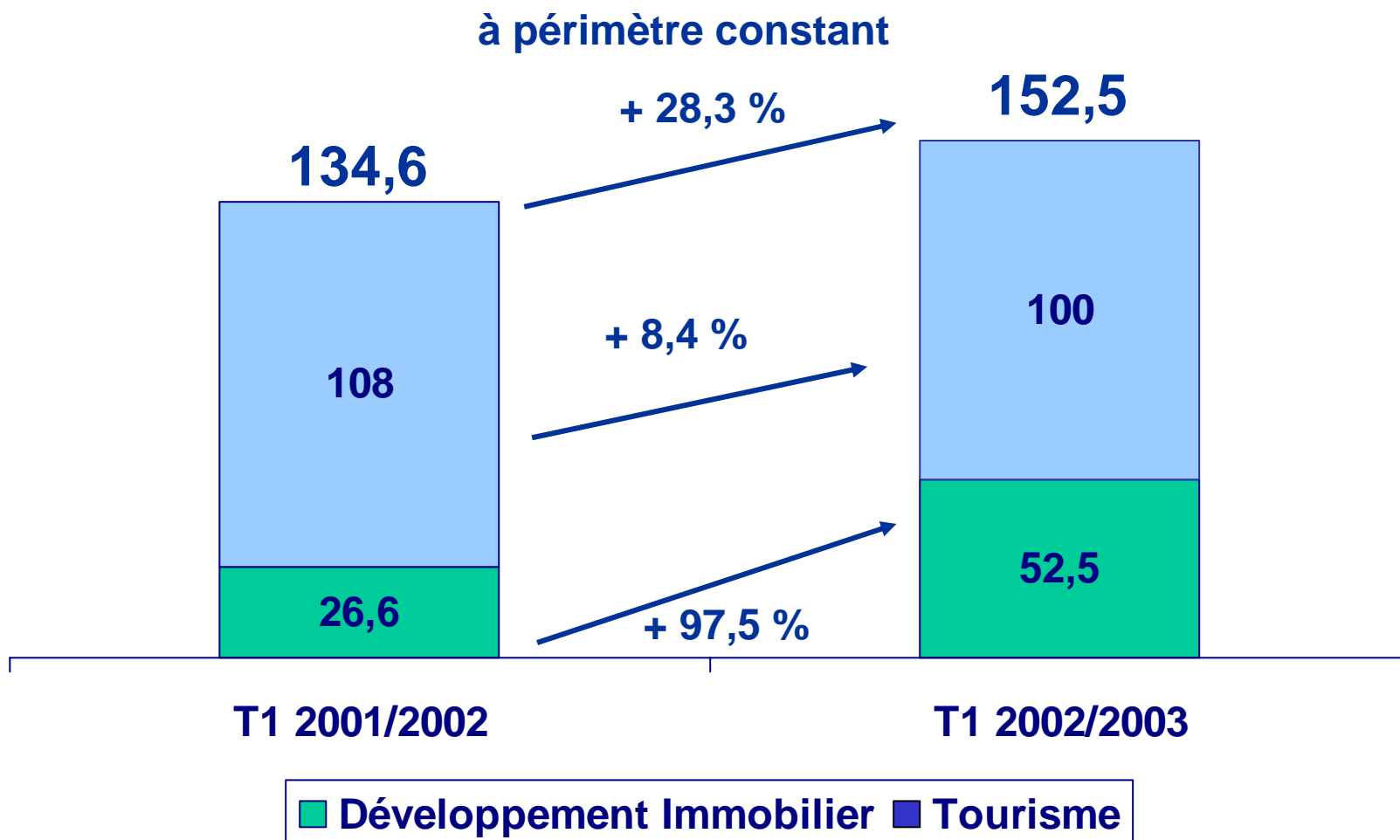
Nombre de titres : 8 501 250 actions

(*) au 12 décembre 2002



Activité du 1^{er} trimestre 2002/2003

Un chiffre d'affaires en progression de 28%



Tourisme : progression du CA Hébergement de 9,3% à périmètre constant

	T1 02/03	T1 01/02	Variation
PMV (en €)	458	433	+5,7%
Semaines vendues	118 320	114 441	+3,4%
Offre globale	222 782	212 598	+4,8%
Taux d'occupation	57,7%	58,8%	-1,9%

Développement immobilier :

562 appartements livrés

2001/2002 2000/2001

Mer	261	34
. Cannes	59	
. Les Issambres	94	
. Mandelieu	61	
. Autres	47	34
Montagne	137	182
. Valmeinier	67	108
. Ax les Thermes	70	
. Autres		74
Paris	164	0
. Val d'Europe	164	
TOTAL	562	216
CA (M€)	52,5	26,6

Stratégie & Développement

Acquisition de MGM : un complément de gamme

- Acquisition le 10 février 2003 pour 14 M€ de 939 appartements sur 11 sites : Chamonix, Les Arcs, Les Carroz d'Arâches, Les Houches, Les Menuires, La Plagne, Méribel, Pralognan, Tignes, Val d'Isère et Deauville (EBITDA objectif 2002/2003 = 3M€)
- Accès à un nouveau type de produit sur un segment porteur
 - Des appartements grand standing en montagne
 - De plus grandes surfaces (75% du parc en 3-4 pièces)
 - Des services haut-de-gamme : piscine couverte, fitness/hammam/sauna, espaces conviviaux avec cheminée...
- De nouvelles synergies et accès à de nouveaux tour-opérateurs

PV, Maeva, MGM : une stratégie fondée sur 3 axes

- **Croissance du chiffre d'affaires hébergement**
 - Augmentation des prix moyens de vente
 - Yield management, optimisation des périodes d'ouverture
 - Développement des courts séjours

- **Progression de la vente directe**
 - Renforcement des campagnes publicitaires
 - Développement du marketing direct

- **Affirmation du positionnement et accroissement de la notoriété des marques**
 - Positionnement différenciant les marques PV, Maeva, MGM : migrations, rénovations, services
 - Communication et commercialisation spécifiques

PV, Maeva, MGM : de nouveaux progrès

➤ Réduction des coûts

- Un management unique pour PV, Maeva, MGM
- Mutualisation des services fonctionnels (finance, juridique/secrétariat général, informatique, achats)
- Un siège commun pour le Groupe

➤ Poursuite du développement de l'offre

- Production par le développement immobilier de 800 appartements/an en moyenne en France
- Achat en bloc de résidences existantes pour rénovation et revente à des personnes physiques

Center Parcs Europe : le développement

- **Suppression de la marque Gran Dorado au profit de Center Parcs**
 - Nouvelle segmentation du parc : « original », « freelifelife », « seaspirlife »
 - Réduction des coûts de commercialisation
 - Optimisation de la politique tarifaire
 - Amélioration des taux d'occupation des sites ex-Gran Dorado

=> 6 M€ de synergies en année pleine

- **Poursuite du développement en France**
 - Extension du village de Bois Francs en Normandie
 - 2 villages type Center Parcs dans le nord et l'est

Poursuite du développement en Italie/Espagne

- **Intégration des acquisitions récentes en Italie (Valtur, Bagaglino)**
 - Valtur : 1 280 appartements
 - Bagaglino : 1 062 appartements

- **Extension de notre business model**
 - en Espagne : commercialisation immobilière de 2 résidences (Tarragone et Alicante : 500 appartements)
en Italie : commercialisation immobilière de Cala Rossa (330 maisons)
 - de nombreux projets à l'étude :
 - Italie : Cefalu, Rome, Milan, Toscane
 - Espagne : - Barcelone, Alicante, Costa del Sol
- croissance externe

**Conclusion : objectif de croissance du
résultat net courant 2002/2003 de 12 %**

**Un résultat net courant objectif à 36 M€
pour l'exercice 2002/2003**

ASSEMBLEE GENERALE

Paris, le 10 mars 2003