



Groupe

Pierre & Vacances
CenterParcs

RESULTATS SEMESTRIELS

2015/2016

26 mai 2016

1

Principaux faits marquants du 1^{er} semestre 2015/2016

2

Des performances semestrielles en croissance

3

Tourisme : poursuite de la stratégie de croissance et de différenciation

4

Immobilier : levier de l'extension et de la rénovation du parc touristique

5

Démarche RSE

6

Conclusion

7

Annexes – Tableaux de réconciliation - P&L IFRS

1

Principaux faits marquants du 1^{er} semestre 2015/2016

Refinancement bancaire

Souscription d'une **nouvelle ligne revolving de 200 M€** refinançant par anticipation le crédit syndiqué à échéance 2019.

Acquisition de



Acquisition de « La France du Nord au Sud », acteur reconnu du marché de la distribution en ligne de la location de vacances en France et en Espagne.

Augmentation de capital PV SA

Souscription par le Groupe chinois HNA Tourism à une augmentation de capital réservée (10,00% du capital de PV SA post opération).

Partenariat en Espagne avec Eurosic

Signature d'un accord-cadre avec Eurosic, visant à l'identification, l'exploitation sous la marque PV et la commercialisation de sites touristiques en Espagne.

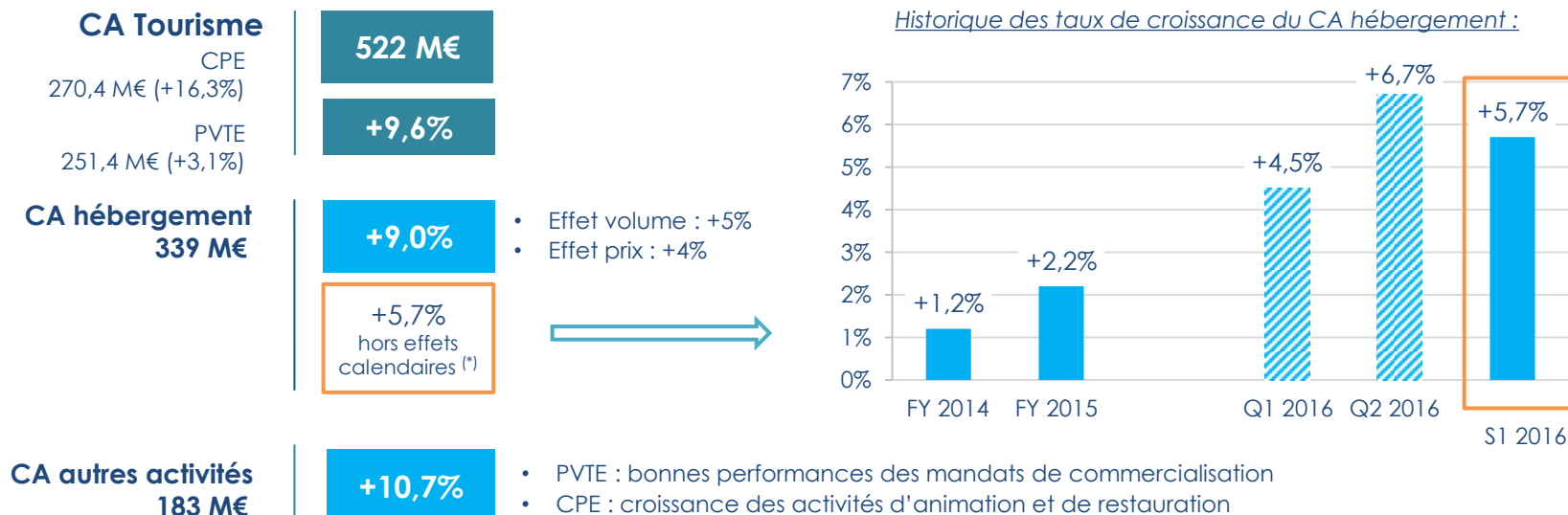
2

Des performances semestrielles en croissance



NB: Les éléments de résultat et les indicateurs commerciaux commentés dans cette présentation sont issus du reporting opérationnel, avec la présentation des co-entreprises en intégration proportionnelle.

Tourisme



Immobilier



Focus CA hébergement : 339,1 M€

+9,0%

■ Pierre & Vacances Tourisme Europe : 164,5 M€

+0,4%

+1,8% à données comparables (*)

**+8,6% à données comparables
hors Adagio**

➤ Retrait sur les résidences Adagio :

baisse du CA de -5% sur le semestre (idem T1 et T2)

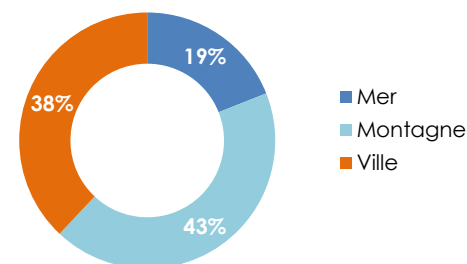
Activité pénalisée par l'incidence des attentats terroristes à Paris et Bruxelles

➤ Croissance à données comparables sur les autres destinations (mer et montagne) :

croissance de **+8,6%** au semestre, accélérée au T2 (+9,8%) vs. T1 (+5,5%)

- Mer : **+13,1%** (hausse sur tous les labels et destinations - France, Antilles et Espagne)
- Montagne : **+6,7%** (progression tirée par le label premium et des TO élevés (91% au T2))

*Répartition du CA semestriel PVTE
par destination*



■ Center Parcs Europe : 174,6 M€

+18,5%

+2,9% à données comparables (*)

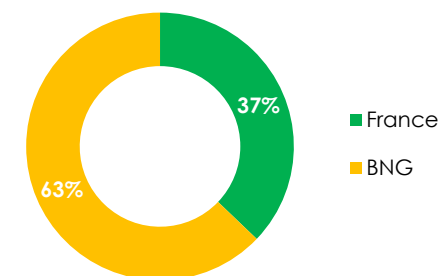
➤ Domaines localisés en Allemagne, Belgique, Pays-Bas (BNG) :

- Croissance de +4,0% à données comparables, accélérée au T2 (+6,7%)

➤ Domaines localisés en France :

- Très bonnes performances du nouveau Domaine du Bois aux Daims
- Rebond d'activité sur les autres Domaines au T2 (+4,2% à données comparables)

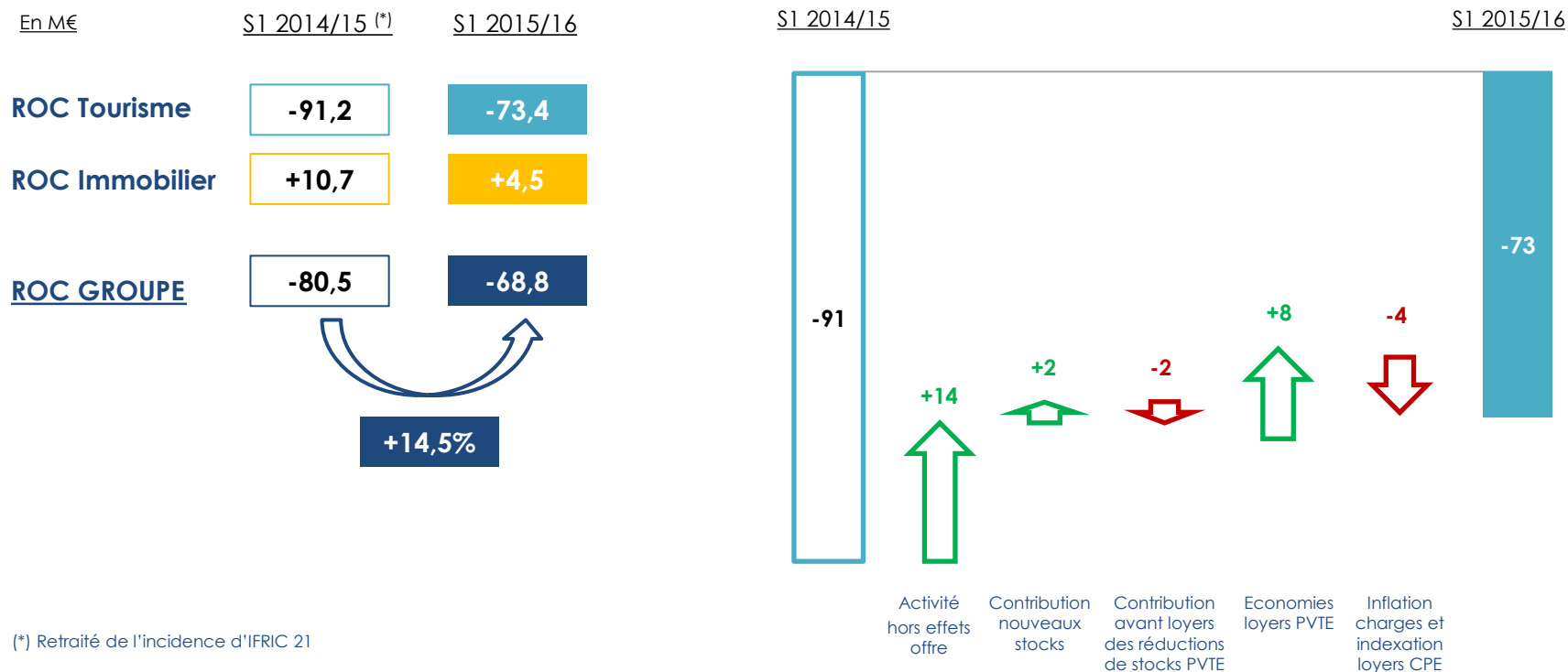
*Répartition du CA semestriel CPE
par destination*



Résultat Opérationnel Courant Groupe : **+14,5%**

Rappel : la saisonnalité des activités touristiques au 1er semestre de l'exercice et la comptabilisation linéaire des charges conduisent structurellement à un résultat opérationnel déficitaire sur la période.

Focus Résultat opérationnel courant - Tourisme



(*) Retraité de l'incidence d'IFRIC 21

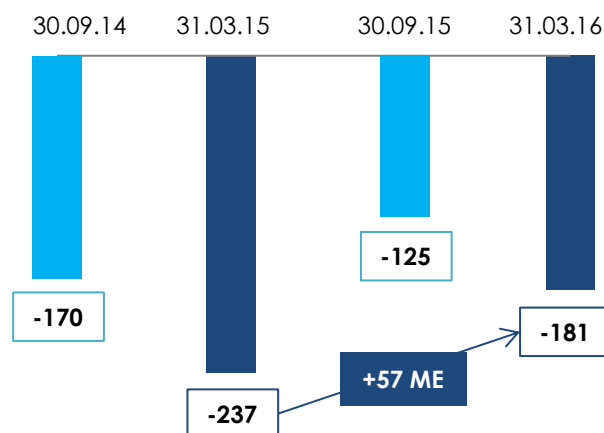
En M€

	S1 2015/16	S1 2014/15 (*)	Evolutions M€ %	
CHIFFRE D'AFFAIRES	585,5	650,7	-65,2	-10%
CA Tourisme	521,8	476,2		+10%
CA Immobilier	63,8	174,5		
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT	-68,8	-80,5	+11,7	+14,5%
RESULTAT FINANCIER	-9,9	-9,3		
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS	-78,7	-89,8	+11,1	+12,3%
AUTRES CHARGES ET PRODUITS NETS D'IMPOTS <i>dont coût du remboursement anticipé du crédit bancaire</i>	-2,4 -1,1	-3,1		
QP RESULTAT SOCIETES MISES EN EQUIVALENCE	0,3	0,1		
IMPOTS	5,3	4,4		
RESULTAT NET	-75,5	-88,4	+12,9	+14,5%
<i>Variation de juste valeur de l'ORNANE</i>	-0,3	0,1		
RESULTAT NET APRES VARIATION DE JV DE L'ORNANE	-75,8	-88,3	+12,5	+14,1%

Réduction de la dette nette vs. 31 mars 2015 :

57 ME

Evolution de la dette nette en M€ hors engagements de loyers consolidés (Domaine du Lac d'Ailette) :



Rappel : la saisonnalité des activités touristiques au 1^{er} semestre de l'exercice conduit structurellement à une dette nette au 31 mars supérieure à celle du 30 septembre.

Refinancement du crédit bancaire en mars 2016

- **Allongement de la maturité** de la dette (échéance 2021 vs 2019), par ailleurs **postérieure à celle de l'ORNANE** (2019)
- **Allègement du coût du crédit**
- **Renforcement de la liquidité** : 200 M€ vs. 142,5 M€ de solde résiduel au 30.09.16 sur l'ancien crédit + crédit non amortissable

Réalisation de l'augmentation de capital de PV SA

Souscription par HNA, le 30 mars 2016, à une augmentation de capital réservée représentant 10,00% du capital de PV SA post opération (montant net de 22 M€)

Tendances de réservations touristiques

T3 2015/2016

Compte tenu du niveau des réservations à date, **le chiffre d'affaires touristique du 3^{ème} trimestre devrait être en croissance** à données comparables, avec une progression supérieure à celle du premier semestre.

- **Pierre & Vacances Tourisme Europe**

- A données comparables, le chiffre d'affaires devrait être en croissance au 3^{ème} trimestre, tirée à la fois par les destinations mer et montagne.

- **Center Parcs Europe**

- L'activité est attendue en hausse au 3^{ème} trimestre sur l'ensemble des Domaines, y compris hors incidence du nouveau Domaine du Bois aux Daims.

Saison estivale

- Réservations à date en croissance sur le cœur de saison, tant pour les marques Pierre & Vacances que Center Parcs.

Chiffre d'affaires immobilier

Le chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2015/16 est attendu en hausse par rapport au 3^{ème} trimestre 2014/15, en ligne avec le cadencement anticipé des programmes immobiliers.

3

Tourisme : poursuite de la stratégie de croissance et de différenciation

Pierre & Vacances – Sites Montagne

+8,7% de croissance du **REVPAR** sur la saison Hiver

+5,4% de progression des **Prix Moyens de Vente nets**

+1,9% de hausse du **Taux d'Occupation** :
87% en moyenne vs 85%
pour le premier semestre 2015

+3,9% de croissance des **activités annexes**

Center Parcs Europe

+8,4% de croissance du **REVPAR**

+7,2% de progression des **Prix Moyens de Vente nets**

+3,0% de hausse du **Taux d'Occupation**

+4,8% de croissance des **activités annexes**
(hors domaine du Bois aux Daims)



Grandes réalisations du premier Semestre...

- **Marketing Direct / CRM**

- Elargissement et qualification des bases clients
- Recentrage du Datamining sur la connaissance client
- Campagnes d'activation ciblées optimisées

- **Sites Mobiles et Internet**

- Amélioration continue des ergonomies et fonctionnalités
- Optimisation de la conversion sur chacun des supports (mobiles / tablettes / ordinateurs)
- Nouvelles fonctionnalités de Vente additionnelles

- **Comités d'Entreprise**

- Animation des Intranets des grands comptes
- Nouvelles campagnes d'acquisition Comités d'Entreprise

- **Réseaux Sociaux**

- Accélération de la visibilité sur les réseaux et croissance du niveau d'engagement

... et nouvelles mises en œuvre planifiées d'ici la fin de l'année

- **Amélioration du parcours clients
digital avec de nouvelles
fonctionnalités Planet**



- **Call Center / Centre de Relation Clients**

- Nouvelles plateformes téléphonique et technologique
- Adaptation des scripts aux profils des clients
- Digitalisation du service / campagnes d'appels sortants
- Mise en place d'une « Social Room »
 - réponse aux client sur les réseaux sociaux
 - suivi des avis clients sur les sites spécialisés, réseaux sociaux, et questionnaires satisfaction

- **Réseaux Sociaux**

- Renforcement de la Stratégie de contenu (contenus originaux et généré par les clients)
- Maximisation de l'acquisition sociale



- **Lancé en 2015 dans une dynamique de diversification des modèles du Groupe PVCP**
- **Un double positionnement innovant et différenciant :**
 - Gestion locative saisonnière de bien privés
(Tout compris pour les propriétaires / expérience du réseau P&V)
 - Distributeur touristique de référence
(Résidences de Tourisme / campings / bien privés)
- **Volonté du Groupe de jouer un rôle majeur sur la distribution en tant que Leader sur son marché, dans un contexte :**
 - de renforcement de la distribution digitale des hébergeurs de référence
 - de développement des produits et services de l'économie collaborative
 - d'absence de plateforme de référence pour la Résidence de Tourisme
- **Accélération du développement et consolidation de la position du Groupe sur le marché de la distribution B2C et du C2C via l'acquisition de « La France du Nord au Sud .fr »**

- *Acteur reconnu sur le marché de la Distribution en France et en Espagne / 10 ans d'expérience*
- *Une plateforme technologique performante, développée et maîtrisée en interne*
- *625.000 visites / mois en moyenne sur le site Internet*
- *24.000 références produits
6.000 destinations
800 fournisseurs*

lafrance
DU NORD AU SUD.fr



- **Nouvelle Campagne du Publicité TV et nouvelle signature :**
« Heureux, Ensemble »
- **Poursuite de la stratégie de montée en gamme avec un enrichissement de l'expérience client**
 - Plus de modularité : arrivées libres
 - Plus de services : activités et formules par segment
 - Développement Premium
 - Nouvelles catégories d'appartement : « Standard / Supérieur / Exception »
- **Amélioration du parcours client**
 - Planet PV
 - Web Check in
 - Wifi
- **Développement de l'offre :**
 - Espagne : 4 nouveaux sites cet été
 - Développement International par l'activité de commercialisation touristique





- **Déploiement des campagnes de communication et de Marketing déclinées par territoire :**
 - France : *Records battus dans l'expérience du produit Center Parcs*
 - BNG : *« Become one with your true Nature at Center Parcs »*
- **Flexibilité des Arrivées et Départs**
 - Ouverture du « Full Flex » sur l'ensemble des parcs européens
 - Fin 2016 : intégration aux campagnes de communication
- **Nouvelles expériences et infrastructures de loisirs**
 - Action Factory - De Vossemeren (B) // Chaumont (FR)- Heijderbos (NL)
 - Super Zipwire - De Vossemeren (B) / De Kempervennen (NL)
 - Trampoline Parks - Zaanvoort (NL)
- **Déploiement Planet Center Parcs**
 - Progression constante des taux de téléchargement
 - Fin 2016 : Réservation des activités avant et pendant séjour sur mobile
- **Rénovations**
 - L'Ailette (FR) / Port Zélande (NL) / Vielsalm (BE) / Nordseekuste (GE)





- **Poursuite du développement international :**

- 11 ouvertures en 2016
(Edinburg / Francfort / Moscou / Brésil...)
- 17 projets additionnels confirmés
(Londres / Brême / Abidjan / Lille / ...)

- **Amélioration de l'expérience et du Parcours client**

- Déploiement du projet « Be My Guest »**

- Mise en œuvre du Fast check-in / check out
- Déploiement de projets pilotes :
 - Nouveaux aménagements des parties communes et appartements
 - Animation dans les parties communes
 - Test de nouveaux produits et services



- **Poursuite de la stratégie Digitale du Groupe conformément aux attentes :**
 - **Renforcement de la connaissance client pour une optimisation**
 - des campagnes Marketing et CRM
 - de la conversion
 - **Déclinaison à l'ensemble des canaux de distribution**
 - **Digitalisation du parcours et de l'expérience client**
- **Accélération de la diversification des modèles économiques et positionnement renforcé du Groupe sur les activités de distribution touristique via Maeva.com**
- **Poursuite des stratégies respectives de chacune des marques**

4

Immobilier : levier de l'extension et de la rénovation du parc touristique

L'immobilier, levier de l'extension et de la rénovation du parc touristique

1

Extension du parc touristique



VILLAGES NATURE



CENTER PARCS
(France et Allemagne)



PV PREMIUM (France)

ESPAGNE

CHINE

2

Rénovation du parc touristique



VENTES IMMOBILIER EXISTANT RENOVE A DES
PARTICULIERS ET INSTITUTIONNELS DE
DOMAINES CENTER PARCS EN ALLEMAGNE,
BELGIQUE ET PAYS BAS

Villages Nature Paris



VILLAGES NATURE
PARIS

- Co-entreprise 50/50 PVCP et Euro Disney S.C.A.
- 1^{ère} tranche de la phase 1 : 916 cottages / appartements
 - principalement cédés en bloc à une société détenue par EUROSIC, PVCP et EURO DISNEY et revendus à des particuliers : commercialisation à date de près de 550 cottages et appartements
 - Travaux en cours des équipements et des cottages
- Ouverture prévue 2^{ème} trimestre 2017



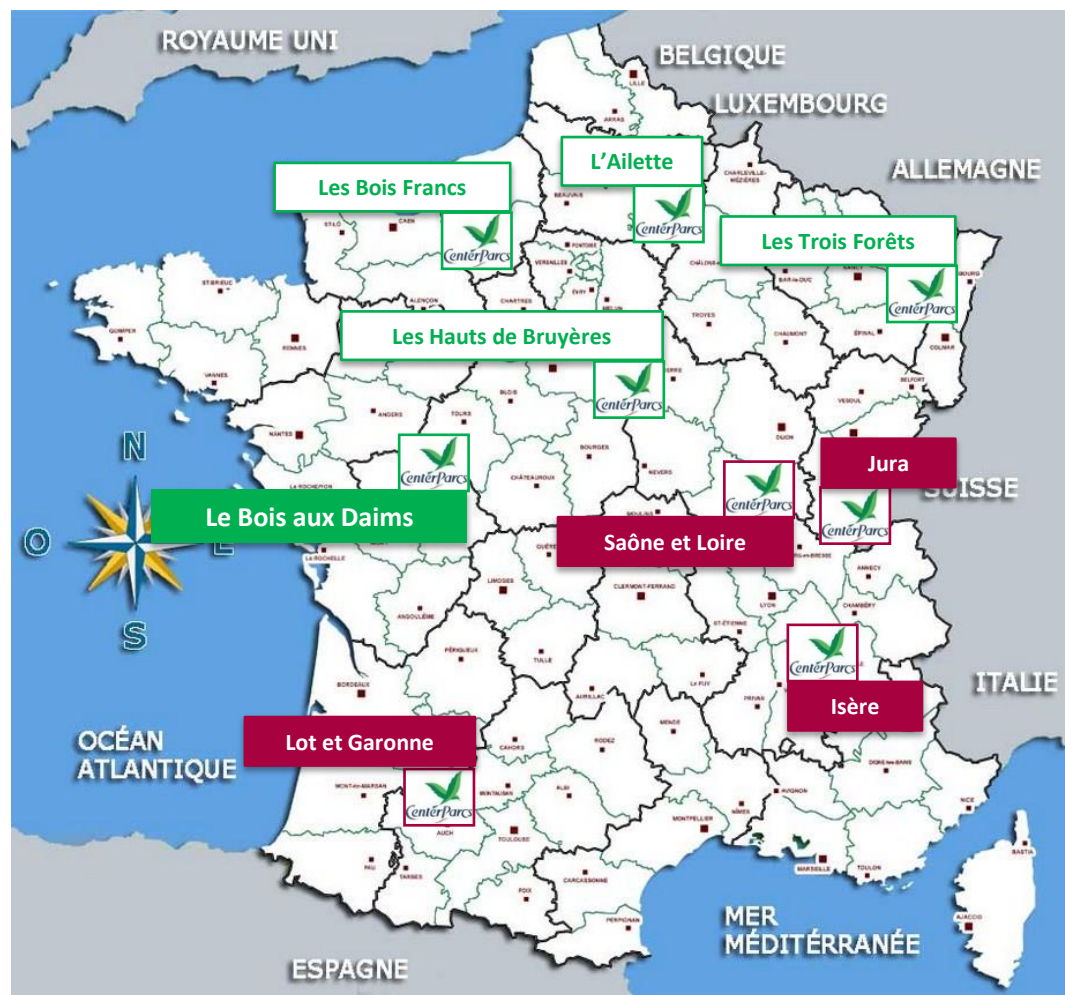
Villages Nature – photos d'avancement du chantier



VILLAGES NATURE
PARIS



Center Parcs en France



Extension CP Domaine des Trois Forêts – Moselle

- 141 cottages cédés en bloc au Groupe MACSF
- Spa, maison forestière
- Livraison des cottages à l'été 2017

CP Isère – Roybon

- 1000 cottages
- Ouverture projetée en 2018

3 CP Mid-size:

- 400 cottages chacun
- Saône & Loire, Jura, Lot & Garonne
- Ouverture de 2019 à 2021

Center Parcs en Allemagne



Allgäu (Baden-Württemberg)

- 1000 cottages
- Investissement de 350 millions d'euros financé par deux institutionnels français :
 - ✓ Eurosic : 750 cottages et équipements récréatifs centraux
 - ✓ La Française : 250 cottages et bâtiment commercial
- Ouverture prévue fin 2018



PV Premium



Deauville – Presqu'île de la Touques

- Résidence PV Premium 5 étoiles
- 161 appartements
- Ouverture : 2017



Méribel :

- Résidence PV Premium 5 étoiles
- 93 appartements
- Ouverture : 2019

Projets en Espagne

Accord-cadre conclu avec Eurosic en décembre 2015 pour le développement de l'offre en Espagne

- Acquisition par Eurosic d'actifs immobiliers destinés à être rénovés, revendus à la découpe et gérés par PV
- Partenariat Pierre et Vacances : prestations de services ; apport d'actifs, assistance maîtrise d'ouvrage, commercialisation immobilière, gestion touristique



3 acquisitions conclues au cours du 1^{er} semestre 2015/16



Un objectif de 4 400 appartements exploités
à horizon 2020



Rénovation financée par des propriétaires individuels et institutionnels

**Opérations de vente à des investisseurs particuliers et institutionnels de cottages existants rénovés
Center Parcs pour le compte des actuels propriétaires institutionnels en Allemagne, Belgique et Pays-Bas :**



- **Vielsalm (Ardennes belges)**

- ✓ Rénovation de 350 cottages et des équipements récréatifs
- ✓ 35 M€ de travaux
- ✓ Taux de commercialisation à date : près de 90%

- **Port Zélande (Pays Bas)**

- ✓ Rénovation de 554 cottages et des équipements récréatifs
- ✓ 21 M€ de travaux
- ✓ Taux de commercialisation à date : près de 35%

- **Nordseeküste (Allemagne)**

- ✓ Rénovation de 345 cottages et des équipements récréatifs
- ✓ 14 M€ de travaux
- ✓ Taux de commercialisation à date : 45%

Projets en Chine

From



To



Partenariat signé avec le Groupe HNA le 6 novembre 2015 comprenant 3 volets :

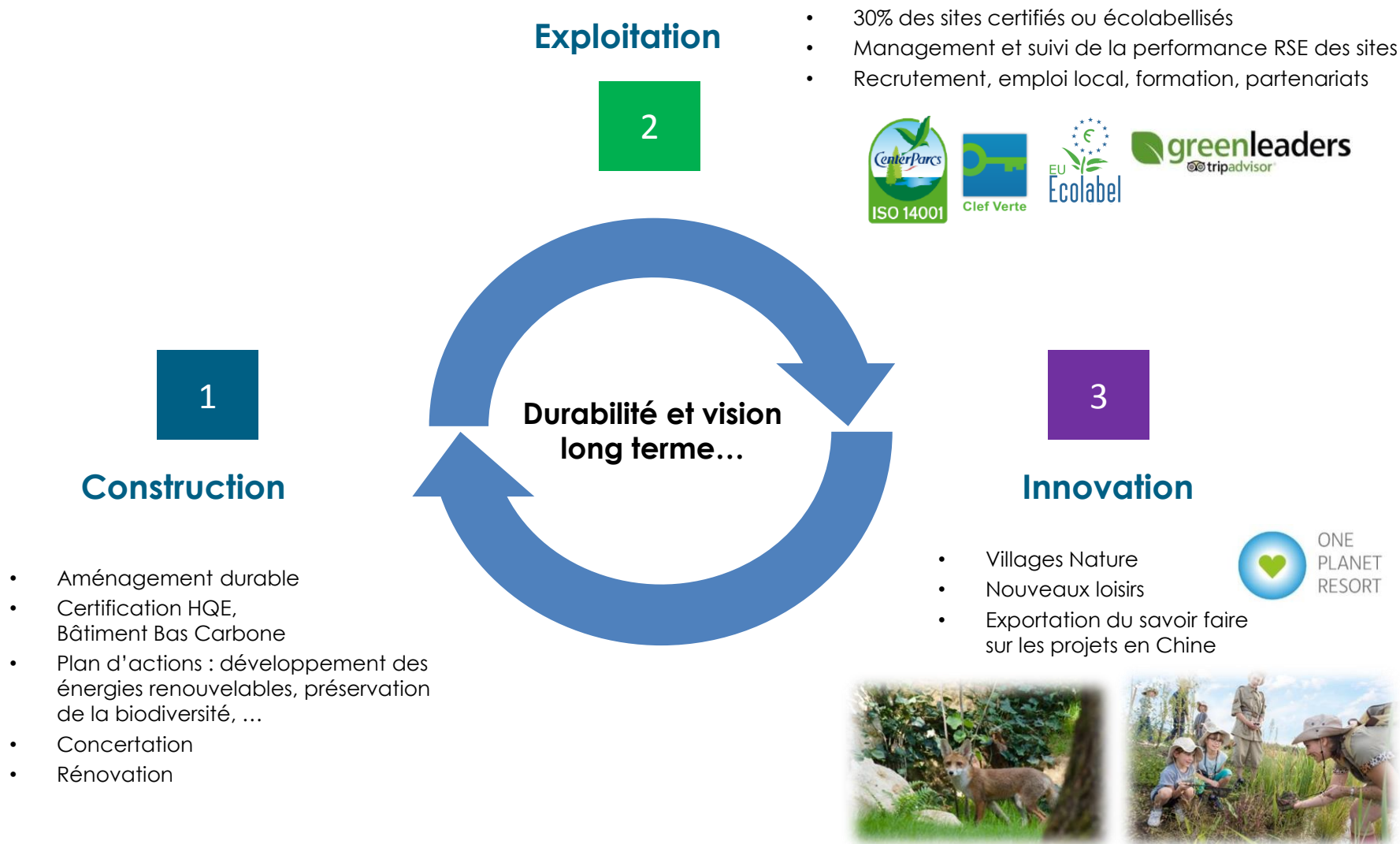
- développement en Chine des concepts Center Parcs et Pierre et Vacances
- participation de HNA au capital de PV SA (10% via augmentation de capital) avec deux administrateurs au conseil d'administration (opération réalisée fin mars 2016)
- développement de la clientèle touristique chinoise sur les sites européens du groupe PVCP via les réseaux touristiques de HNA

Projets de développement :

- Projets à l'étude à proximité des grandes métropoles de Shanghai, Beijing (dont zone des JO d'hiver), Chengdu et Fuzhou.
- Processus de contractualisation en cours avec les municipalités et provinces chinoises concernées en vue des premiers lancements fin 2016.
- Confirmation du "momentum" chinois et de l'adaptation de nos concepts au marché chinois, dans un contexte de montée en puissance du tourisme vert péri-urbain en réponse aux problématiques de pollution des villes.

5

Démarche RSE





Satisfaction et engagement des collaborateurs :

« Happy@Work », un programme de mesure et d'amélioration de la satisfaction interne lancé en 2014 qui porte ses fruits:

- 95% des collaborateurs se déclarent très fiers de travailler pour PVCP
- 99% sont satisfaits de leurs relations avec leurs collègues et leur manager
- 1700 actions correctives mises en place
- 1 nouvelle enquête lancée en 2017



Démarche de transformation du Leadership et du Management lancée en 2014 :

- Création et lancement d'un **programme de formation et de coaching au Leadership et au Management « B-CORE »** : 200 top managers formés entre 2014 et 2016 ; 400 managers de proximité formés dans les deux prochaines années
- Création de la **communauté de managers « B-Community »** qui s'appuie sur un réseau social d'entreprise Yammer.



Une politique RH au cœur de la transformation et des résultats business:

- pour assurer un dimensionnement optimisé des ressources en lien avec la **flexibilité** de l'activité, la qualité de nos prestations et la satisfaction client générée
- pour structurer la démarche d'acquisition et de rétention de **Talents**
- pour répondre aux enjeux **d'internationalisation** et de **digitalisation** du Groupe

6

Conclusion

1

Un semestre 2015/2016 en progression

- Croissance de 10% du chiffre d'affaires des activités touristiques
- Progression de 35% du chiffre d'affaires des réservations immobilières
- Amélioration de 14,5% du résultat opérationnel courant Groupe
- Réduction de 57 M€ de l'endettement net par rapport au 31 mars 2015 / refinancement du Groupe pour 200 M€

2

Tourisme : une stratégie de croissance et de différenciation

- Bonnes performances sur la saison hivernale
- Accélération de la diversification des modèles économiques et positionnement renforcé du Groupe sur les activités de distribution touristique via Maeva.com (acquisition La France du Nord au Sud)
- Poursuite de la stratégie digitale et opérationnelle sur chacune des marques

3

Immobilier : levier de l'extension et de la rénovation du parc touristique

- Extension du parc touristique sur Center Parcs, Villages Nature et Pierre et Vacances premium
- Rénovation de Center Parcs existants au BNG par revente de cottages rénovés aux particuliers/institutionnels
- Poursuite des projets de développement en Chine / entrée d'HNA au capital de PV SA

Poursuite de la croissance organique et des résultats en 2015/2016

7

Annexes – Tableaux de réconciliation – P&L IFRS

en millions d'euros	S1 2015/2016 reporting opérationnel	Retraitements IFRS 11	S1 2015/2016 IFRS
CHIFFRE D'AFFAIRES	585,5	-26,0	559,5
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT	-68,8	4,8	-64,1
Résultat financier	-9,9	-0,1	-9,9
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS	-78,7	4,7	-74,0
Autres charges et produits nets d'impôts	-2,4	0,1	-2,3
Quote-part de résultat net des co-entreprises	0,3	-4,5	-4,3
Impôts	5,3	-0,2	5,0
RESULTAT NET ⁽¹⁾	-75,5	0,0	-75,5

(1) hors variation de juste valeur de du droit d'attribution d'action de l'ORNANE

en millions d'euros	S1 2014/2015 reporting opérationnel (*)	Retraitements IFRS 11	S1 2014/2015 IFRS (*)
CHIFFRE D'AFFAIRES	650,7	-19,0	631,7
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT	-80,5	-0,7	-81,3
Résultat financier	-9,3	0,1	-9,2
RESULTAT NET COURANT	-89,8	-0,6	-90,5
Autres charges et produits nets d'impôts	-3,1	0,0	-3,1
Quote-part de résultat net des co-entreprises	0,1	0,3	0,4
Impôts	4,4	0,4	4,8
RESULTAT NET ⁽¹⁾	-88,4	0,0	-88,4

(1) hors variation de juste valeur de du droit d'attribution d'action de l'ORNANE

(*) Retraité de l'incidence de l'interprétation IFRIC 21