



# RESULTATS SEMESTRIELS 31 MARS 2014

Groupe  
**Pierre & Vacances**  
*CenterParcs*

27 mai 2014



## I. RESULTATS FINANCIERS SEMESTRIELS



## II. FAITS MARQUANTS ET PERSPECTIVES



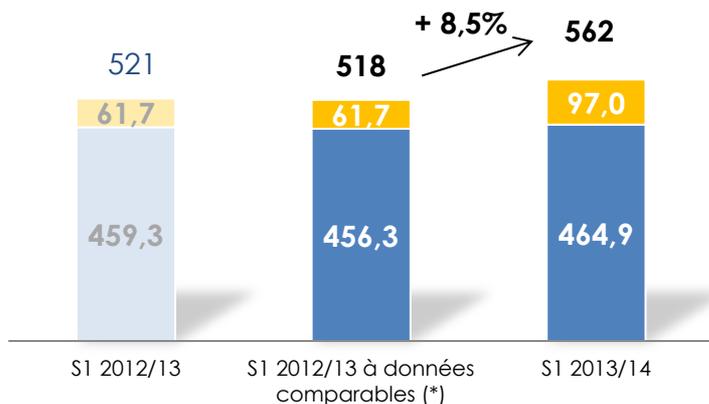
## III. CONCLUSION

# RESULTATS FINANCIERS SEMESTRIELS



Groupe  
**Pierre & Vacances**  
*CenterParcs*

En millions d'euros



■ CA Immobilier  
 ■ CA Tourisme

(\*) chiffre d'affaires principalement retraité des effets calendaires (incidence du décalage de vacances du 2<sup>ème</sup> trimestre au 3<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice)

**CA Immobilier**

▶ **+ 57,1%**

Réservations immobilières auprès des particuliers

▶ **+ 15,5%**

Principaux programmes contributeurs :

- CP Domaine du Bois aux Daims : 24,1 M€
- CP Domaine de Bostalsee : 12,3 M€
- CP Domaine des Trois Forêts : 10,3 M€
- Les Senioriales : 26,2 M€

Réservations immobilières auprès des investisseurs particuliers : 139,1 M€ TTC au 15/04/14 vs. 120,4 M€ TTC au 15 /04/13

**CA Tourisme**

▶ **+1,9%**

Pierre & Vacances Tourisme Europe : -1,2%

*Pierre & Vacances*



*maeva*

**+2,2% hors effets offre** (CA location)

Center Parcs Europe :

**+5,4 %**

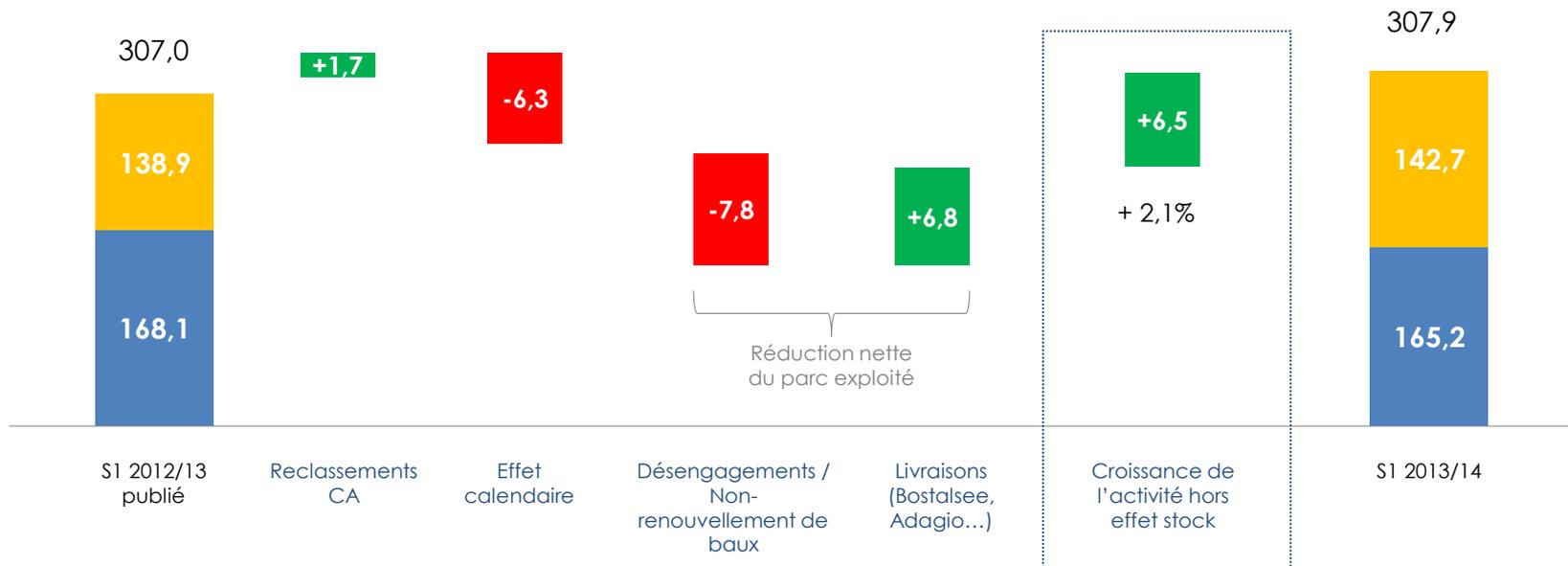


## Une activité touristique en croissance en dépit :

- d'un effet calendaire défavorable (incidence négative du décalage de vacances du 2<sup>ème</sup> au 3<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice compensée par un effet report sur le mois d'avril)
- d'une réduction nette du parc exploité
- de la hausse de TVA en France de 7% à 10% au 1<sup>er</sup> janvier 2014 (incidence de près de -4 M€ au T2)

## Evolution du CA hébergement à données courantes :

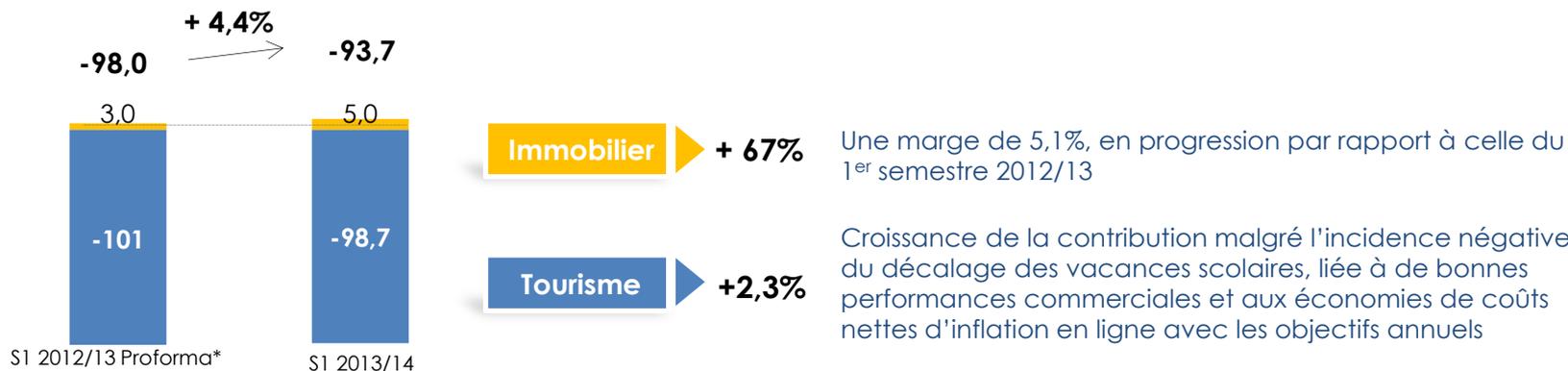
En millions d'euros



# Un résultat opérationnel courant en croissance malgré un effet calendaire défavorable

L'activité touristique du Groupe présente un caractère saisonnier marqué, conduisant à un résultat structurellement déficitaire sur le 1<sup>er</sup> semestre de l'exercice (40% du chiffre d'affaires annuel vs. 50% de charges d'exploitation)

En millions d'euros



## Evolution du ROC Tourisme



(\*) incidence de l'application de la révision de la norme IAS 19 sur les provisions retraite : -0,1 M€ sur le ROC S1 2012/13

Mise en place de nouveaux financements et allongement de la durée moyenne de la dette

- Renouvellement et prolongation du crédit syndiqué pour un montant de 185 M€ (vs. 130 M€) à échéance 2019 (vs. 2015)
- Emission d'une ORNANE <sup>(1)</sup> à 3,5% à échéance 2019 ( en parallèle, rachat de 96,5% de l'OCEANE <sup>(2)</sup> à 4% à échéance 2015).

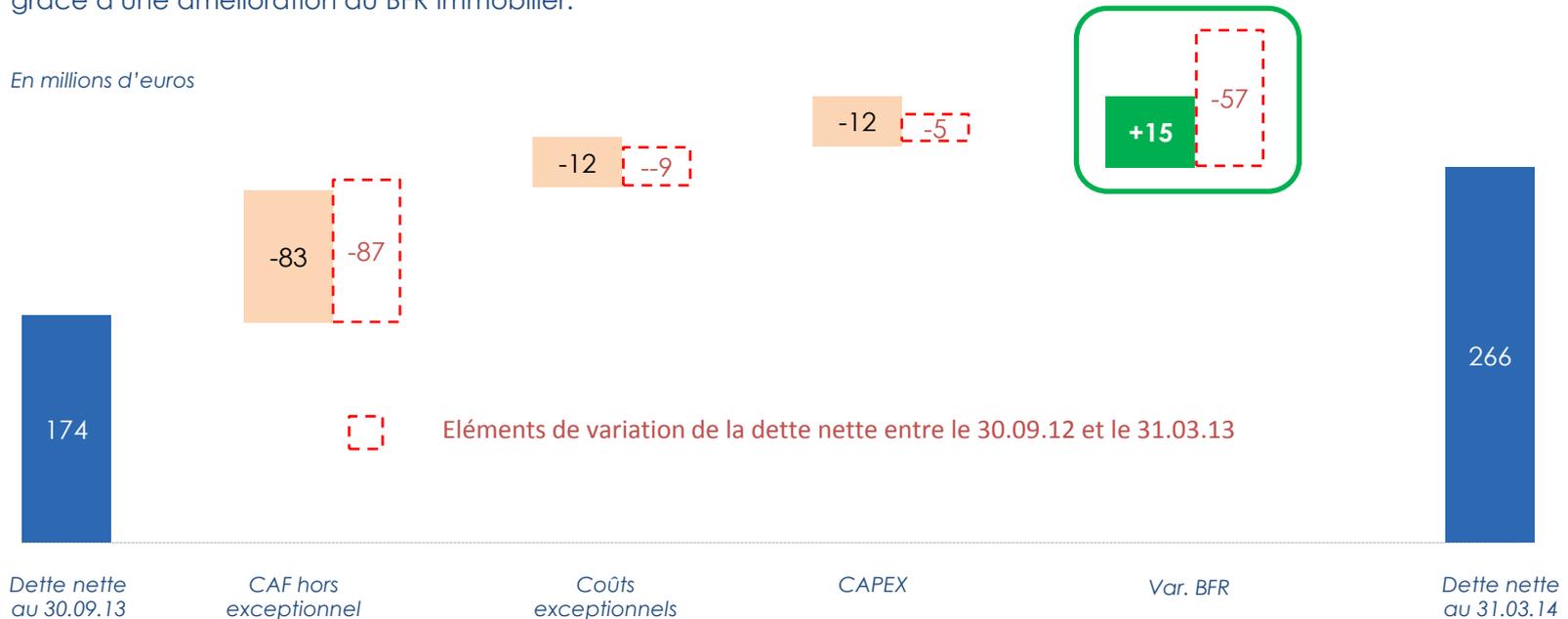


Renforcement des liquidités long terme en appui du déploiement de WIN2016.

Endettement net du Groupe (hors engagements de loyers sur équipements du CP Lac d'Ailette):

Une augmentation liée à la saisonnalité des activités touristiques au 1<sup>er</sup> semestre 2014, plus limitée qu'au 1<sup>er</sup> semestre 2013 grâce à une amélioration du BFR immobilier.

En millions d'euros



(1) Obligations à option de remboursement en numéraire et/ou en actions nouvelles et/ou existantes

(2) Obligations convertibles en actions nouvelles et/ou existantes

En millions d'euros

	S1 2013/14	S1 2012/13 proforma <sup>(1)</sup>	Evolution
Chiffre d'affaires	561,8	521,0	+7,8%
Résultat opérationnel courant	-93,7	-98,0	+4,4%
Résultat financier	-8,6	-8,9	
Impôts	4,8	3,2	
Résultat net courant	-97,5	-103,7	+6,0%
Autres charges et produits nets d'impôts	-10,3	-22,2	
<i>rachat OCEANE</i>	-4,2	0	
<i>Autres</i>	-6,1 <sup>(2)</sup>	-22,2	
Quote-part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	-0,1	0,0	
<b>Résultat net</b>	<b>-107,9 <sup>(3)</sup></b>	<b>-125,9</b>	<b>+14,3%</b>
<i>dont</i>			
<i>Part du Groupe</i>	-107,9	-125,9	
<i>Participations ne donnant pas le contrôle</i>	0,0	0,0	

(1) incidence de l'application de la norme IAS 19 révisée relative aux indemnités de départs à la retraite: -0,1 M€ sur le résultat S1 2012/13

(2) dont :

- 2,8 M€ de coûts de restructuration nets d'impôts
- 1,5 M€ de coûts de fermeture de sites déficitaires

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

Le résultat net est de -109,5 M€. après prise en compte de la variation de juste valeur du droit d'attribution d'action de l'ORNANE (charge de -1,6 M€ résultant de l'évolution positive du cours de l'action depuis l'émission d'ORNANE, de 28 € à 30 €)



### TOURISME :

- Poursuite du phénomène de réservations tardives :
- ✓ **Saison Hiver** (ventes directes PV) : raccourcissement des délais de réservations de 11 jours vs. 12/13
- ✓ **Vacances de Pâques** : 40% des réservations faites à moins de 3 semaines du départ
- ✓ **Pont du 1<sup>er</sup> mai** : 40% des réservations faites à moins d'1 semaine du départ
  
- A date :
- ✓ Hausse des réservations au 3<sup>ème</sup> trimestre par rapport au 3<sup>ème</sup> trimestre 2013, bénéficiant notamment de l'effet report de vacances scolaires du T2 au T3 2014.
- ✓ Sur le cœur de la saison estivale, impact croissant des ventes de dernière minute

### IMMOBILIER :

Forte progression attendue du chiffre d'affaires au 3<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice 2013/14 compte tenu du calendrier des programmes immobiliers.



# FAITS MARQUANTS ET PERSPECTIVES

Groupe  
**Pierre & Vacances**  
*CenterParcs*



## WIN 2016 - TOURISME : PREMIERES AVANCEES

Un acteur incontournable à la montagne



**67** résidences en moyenne et haute montagne, dans les plus beaux domaines, la plupart « skis aux pieds »

**39 000** lits, (près de **50 000** lits avec les activités de multipropriété)

**25%\*** de part de marché en hébergement marchand en France dans les plus grandes domaines : Espace Killy, Le Grand Massif, Les 3 Vallées, Les Portes du Soleil et Paradiski



\* Part PV (hors activités de multipropriété) / hébergeurs professionnels (en nombre de lits)

Une performance supérieure à celle du marché



**+7%** de croissance du **REVPAR** sur la saison hiver

**+2,5%** de progression des **Prix Moyens de Vente nets**, malgré la hausse de 3 pts de la TVA en France à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2014

**80%** de **taux d'occupation** en moyenne

- vs. 77% pour la saison hivernale 2012/13
- vs. 58% à 69% pour l'ensemble des lits à la montagne selon l'ANMSM\*

**+1 pt** d'amélioration de la **marge opérationnelle** sur site

**+2 pts** de progression de la **part des clientèles étrangères** dans le chiffre d'affaires hébergement (UK, Europe de l'Est)

**+8 pts** d'amélioration du **NPS\*\***

\* Observatoire National des Stations de Montagne, communiqué du 14 avril 2014

\*\* Le score NPS est le % de clients « promoteurs » moins le % de clients « détracteurs ».

Une activité soutenue par le succès des résidences premium



**12** résidences classées 4 ou 5 étoiles (soit 1750 appartements)

**10** « Deep Nature Spa® » au sein des résidences

**+5,8%** de croissance du **REVPAR** sur la saison hiver

**+0,5%** de progression des **Prix Moyens de Vente nets**,

**82,3%** de **taux de remplissage** en moyenne, soit **3,8 points de mieux** que la saison hiver 2012/2013

**+9 pts** d'amélioration du **NPS**

# Center Parcs : Une activité soutenue dans les domaines français



**+5,6%** de croissance du **REVPAR**, soutenue par le 1<sup>er</sup> trimestre

**+4,1 %** de progression du **chiffre d'affaires hébergement**

**+6,2%** de hausse du **taux d'occupation**

**+10%** de croissance du chiffre d'affaires **des activités annexes**, alimentée notamment par :

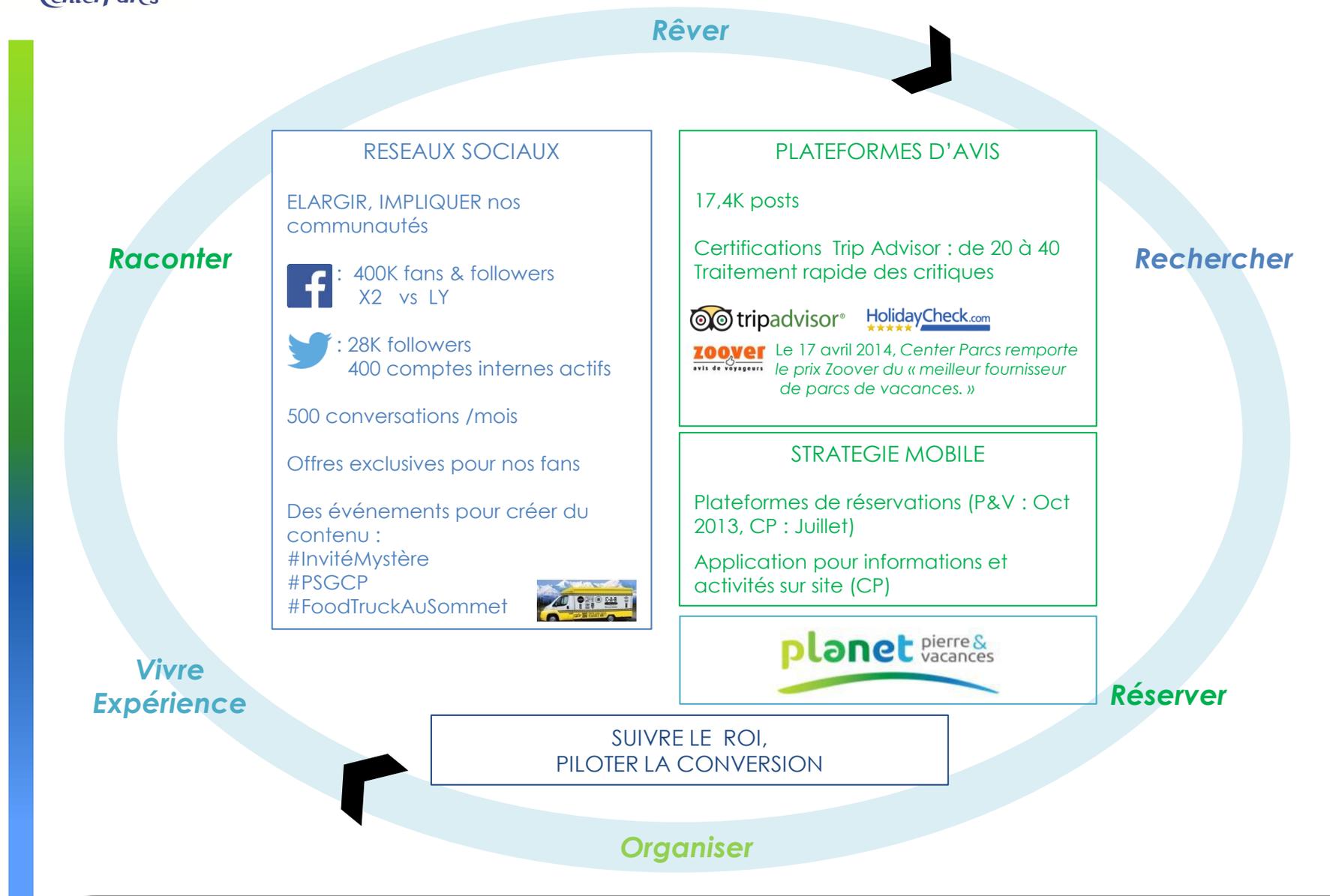
**1** le succès des **activités et partenariats** :

- parcours aventure, mini-golf...
- représentations du Cirque National Alexis Gruss® au Domaine des Bois Francs

**2** la croissance des **entrées à la journée** :

- mise en avant de l'offre (publicité locale, présence dans les billetteries Carrefour...),
- développement de sites web dédiés par parc avec paiement en ligne.

## WIN 2016 - TOURISME : LANCEMENT DES INITIATIVES STRATEGIQUES



# Le digital au cœur d'une nouvelle stratégie de relation avec le client



=

- Une marque numérique de l'offre touristique du Groupe
- Des services et des privilèges personnalisés pour attirer nos clients, valoriser leur expérience vacances, et les fidéliser

Une application mobile



Disponibilité :  
 Automne 2014

## 1 Un contenu informatif personnalisé :

- Informations pratiques pour le séjour sur site
- informations sur les centres d'intérêts autour du site (événements, concerts, restos...)

## 2 Un programme d'engagement original, articulé autour de 2 piliers :



## 3 Un module de découverte de l'offre touristique PV et CP

- des destinations via une recherche géographique
- une offre personnalisée par centre d'intérêt

# le développement d'une nouvelle activité de distribution

Objectif : devenir un acteur majeur de la location de vacances on-line en France et en Espagne

- 1 Une offre élargie aux résidences non gérées par le Groupe et aux H.P.A
- 2 Des standards de prestations de qualité & des services en complément de l'hébergement

Un positionnement différenciant capitalisant sur l'ADN de la marque MAEVA : **Proche, Conviviale et Engagée** pour ses clients

## L'OFFRE

- Une **offre qualifiée**
- Des **produits exclusifs** (Multi, mandats)
- **Des packages** pour une expérience enrichie

## LE CONSEIL

- Une marque qui crée la **confiance** (Maeva = >50% de notoriété spontanée)
- Un guide **partenaire**
- Une **communauté** engagée et participative

## LE PRIX

- Des prix **exclusifs**
- Des prix **attractifs** grâce à une largeur de gamme importante et des séjours adaptés à tous les budgets

Un partenariat avec la *Compagnie des Vacances*, 1<sup>er</sup> site web européen de distribution de l'HPA



## Au lancement :

- PVCPC gère le site internet, l'acquisition clients et le marketing
  - LCV apporte des stocks supplémentaires, les solutions techniques et assure les activités de call center, de SAV, de facturation et de recouvrement
- 1 400 campings
  - 2 000 résidences
  - + De 400 000 visiteurs uniques par mois
  - 70 000 avis clients

## WIN 2016 - IMMOBILIER



## Domaine du Bois aux Daims (Vienne)



1H EN VOITURE depuis Poitiers, Tours ou Angers

800 COTTAGES sur 264 hectares

INVESTISSEMENT : 350 M€, dont 130 M€ d'équipements financés par une SEM à majorité départementale

COMMERCIALISATION IMMOBILIERE DES COTTAGES auprès d'institutionnels et de particuliers :  
67% de cottages vendus au démarrage des travaux

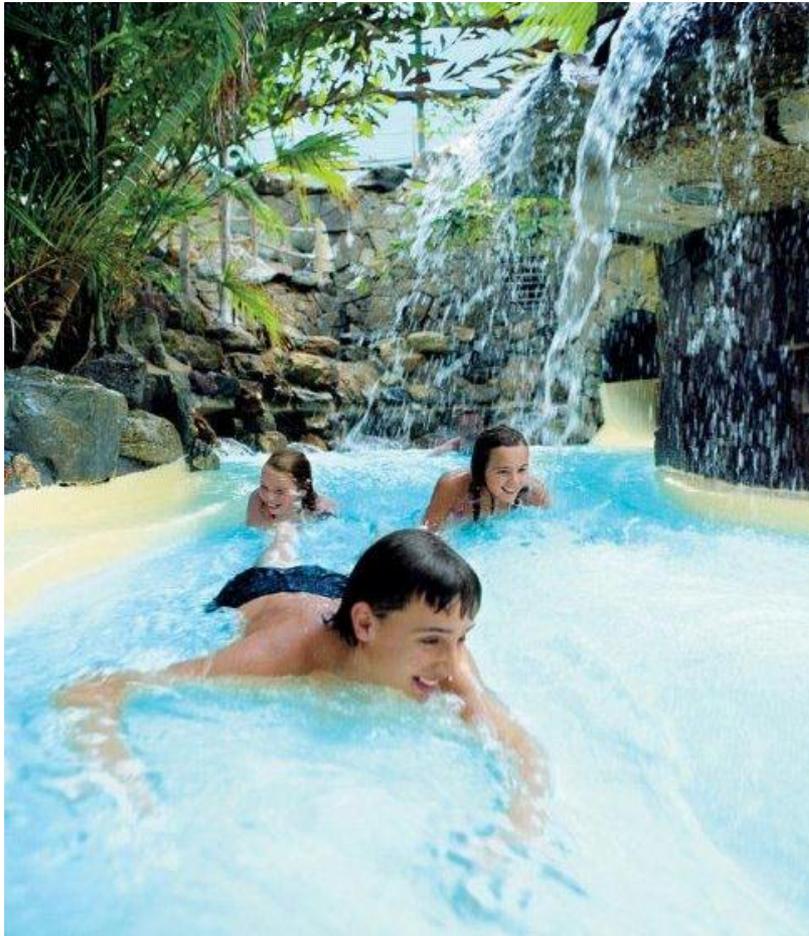
FREQUENTATION ANNUELLE ESTIMEE : 1,1 m nuitées

UNE THEMATIQUE ANIMALIERE : animaux domestiques et en semi-liberté.





## Projet de développement de deux Center Parcs « Mid Size »



### NATURE DES PROJETS :

2 Center Parcs de 400 cottages chacun

### LOCALISATION :

- En Bourgogne, dans le département de Saône-et-Loire, sur la commune du Rousset
- En Franche Comté, dans le département du Jura, à Poligny

### INVESTISSEMENT :

170 millions d'euros HT par Domaine :

- 65 M€ équipements financés par une SEM principalement départementale et régionale
- commercialisation des cottages auprès d'investisseurs particuliers et institutionnels pour un montant de 105 M€.

OUVERTURES PREVISIONNELLES : été 2018



Poursuite du développement à l'international

## Ouvertures au 1<sup>er</sup> trimestre 2013/2014



## Développement au Moyen Orient

Avril 2014 : signature d'un Adagio à **Doha** (Qatar)

Projet d'ouverture de 2 Adagio à **Abu Dhabi** et à **Dubaï**.



En France, progression de la gamme économique Access

- une cinquantaine d'adresses dans l'hexagone
- fin 2013 : 2 nouvelles ouvertures, au Havre, et à Clichy
- janvier 2014 : ouverture de Paris-Reuilly.



Objectif 2016 :

150 résidences Adagio/Adagio Access représentant un volume d'affaires de 380 M€

## Conclusion des accords de financement de la première tranche de la Phase 1 de Villages Nature



### SIGNATURE DES ACCORDS LE 23 MAI 2014

- Equipements de loisirs et commerciaux :
  - acquis par un groupement d'investisseurs institutionnels
  - prise à bail par une société d'exploitation, filiale de la société Villages Nature
  
- Cottages et appartements :
  - principalement cédés en bloc à une société foncière détenue par EUROSIC et, chacun pour une part minoritaire, par les groupes PVCP et Euro Disney SCA
  - destinés à être revendus à des investisseurs particuliers : plus de 200 d'ores et déjà commercialisés

### DEMARRAGE DES TRAVAUX : mai 2014

OUVERTURE PREVISIONNELLE DE LA 1<sup>ère</sup> TRANCHE DE LA PHASE 1 (916 cottages et appartements) : 2016.

# CONCLUSION



Un résultat en amélioration malgré un effet calendaire défavorable



De premières avancées du plan WIN 2016, avec notamment :

- Un bilan positif de l'activité touristique de la saison hiver
- Le lancement d'initiatives stratégiques :
  - Le digital au cœur d'une nouvelle stratégie de relation avec le client
  - [Maeva.com](http://Maeva.com)



La poursuite du développement immobilier

- Une activité immobilière soutenue
- De nouveaux projets Center Parcs et Adagio
- La finalisation du financement de la 1<sup>ère</sup> tranche de la Phase 1 de Villages Nature

Groupe

**Pierre & Vacances**  
*CenterParcs*

