

PRESENTATION DES RESULTATS DE L'EXERCICE 2002/2003

Paris, le 11 décembre 2003

Sommaire

I - Le groupe Pierre & Vacances

II - Résultats de l'exercice 2002/2003

III - Les enjeux pour 2003/2004

I - LE GROUPE PIERRE & VACANCES

Pierre & Vacances : un acteur majeur du tourisme européen

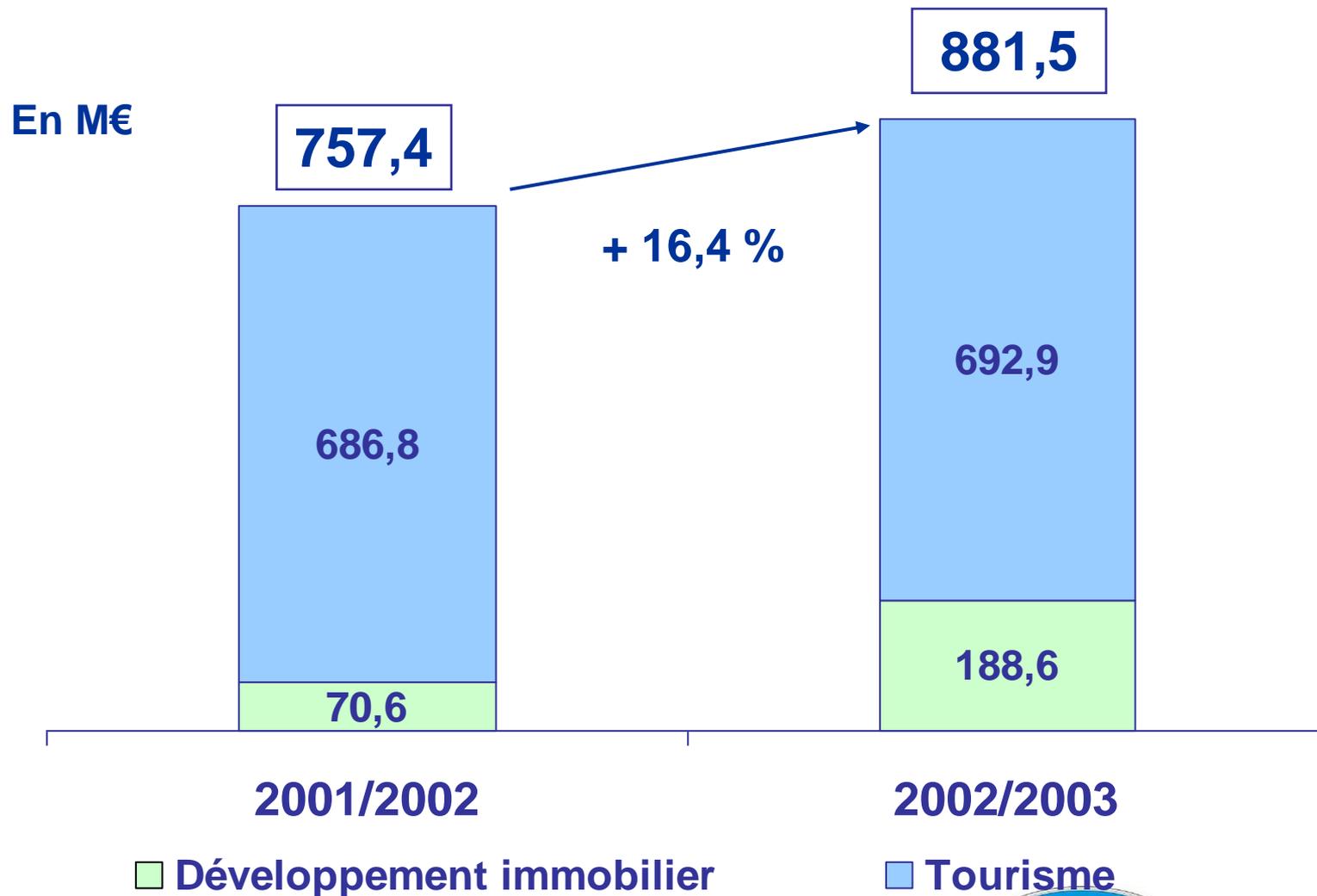
- **Deux produits principaux** : résidences (57 %) et villages (43 %)
- **4 grandes marques segmentées** :
Pierre & Vacances, Maeva, MGM, Center Parcs
- **Les chiffres clés de l'exercice** :
 - 45 000 appartements et maisons en Europe (34 400 en France)
 - 205 000 lits (dont 154 000 lits en France)
 - 6,6 millions de clients
 - 8 400 collaborateurs (ETP)
 - CA consolidé : 881,5 M€
 - résultat d'exploitation : 82,5 M€



II - LES RESULTATS DE L'EXERCICE 2002/2003

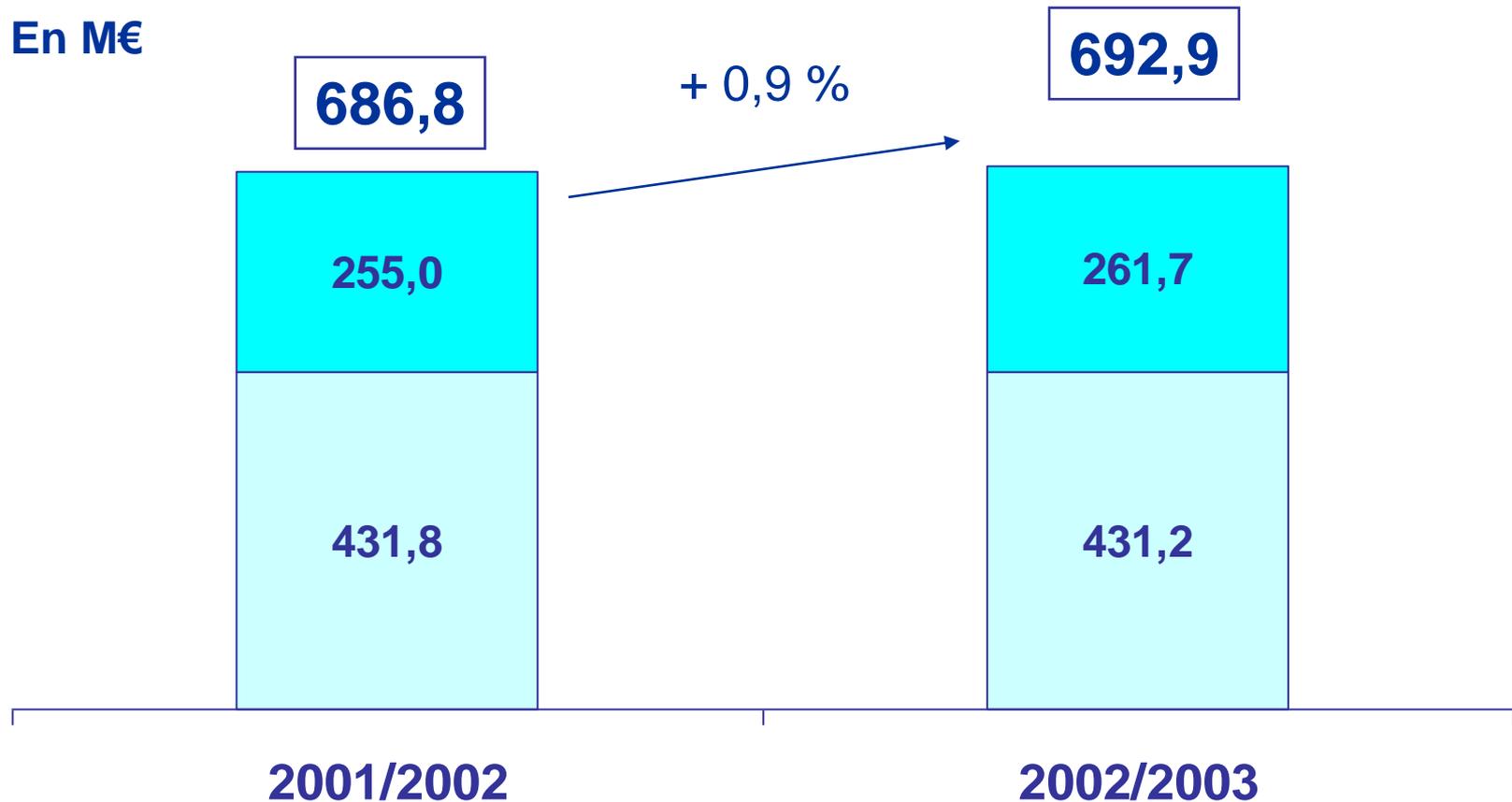
du 1er octobre 2002 au 30 septembre 2003

Croissance de 16 % du CA du Groupe à périmètre constant



Tourisme : croissance de 0,9 % du CA (à périmètre constant)

En M€



□ Pierre & Vacances/Maeva/MGM

■ 50 % Center Parcs



Tourisme : croissance de 4 % du prix moyen de vente net à périmètre constant

	2002/2003	2001/2002	Evolution
Prix moyen de vente net (*) (en €)	498	480	+4,0 %
Semaines vendues	828 101	845 124	- 2,0 %
Offre globale	1 347 465	1 331 123	+1,2%
Taux d'occupation	67,9%	70,2%	-3,2%

(*) pour une semaine en hébergement

Tourisme : activité soutenue malgré un contexte économique défavorable

Chiffre d'affaires hébergement à périmètre constant

- **PV/Maeva/MGM : + 1,2 % pour le CA hébergement**
 - croissance des prix moyens de vente nets : + 4,0 %
 - légère baisse du nombre de semaines vendues : - 2,7 %
(conflit en Irak, pollution du Prestige, incendies dans le Var)

- **Center Parcs Europe Continentale : + 3,6 % pour le CA hébergement**
 - croissance des prix moyens de vente nets : + 3,7 %
 - stabilité du nombre de semaines vendues

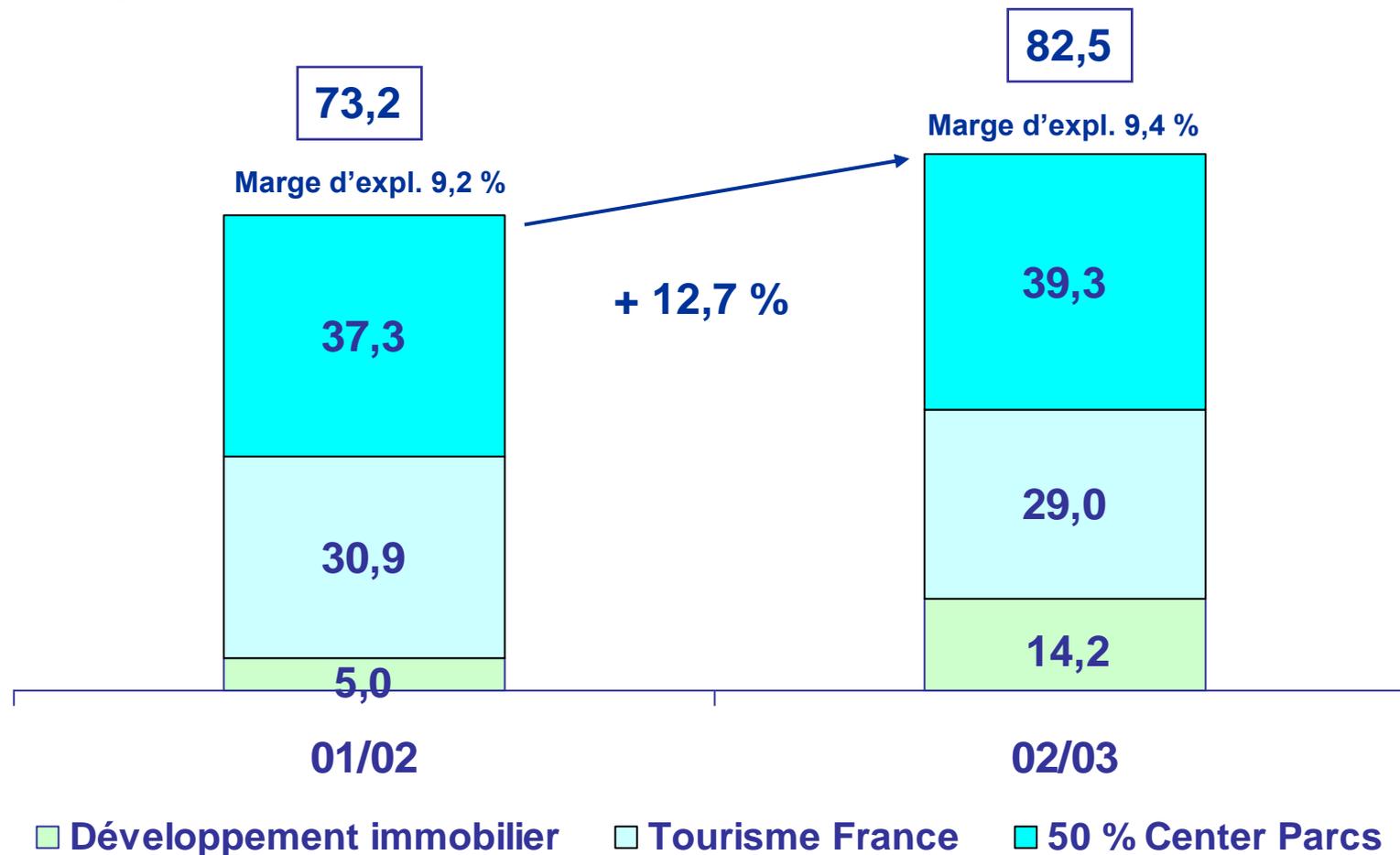
Développement immobilier : 1 607 appartements neufs et rénovés

	2002/2003 nbre appartements	2001/2002 nbre appartements
Neuf	809	491
Val d'Europe (Paris)	286	
Saint Lary	82	
Bourgenay	77	
Monflanquin	71	
Ax les Thermes	70	
Marciac	70	
Valmeinier	68	
Le Guilvinec	62	
Ciboure	12	
Autres	11	
Rénovations	798	77
Cannes Beach	307	
Mandelieu	136	
Issambres	191	77
Calarossa	49	
Ploemel Carnac	37	
Branville	34	
Pyrénées 2000	27	
Avoriaz	17	
TOTAL	1607	568



Résultat d'exploitation : + 12,7 %

En M€



Résultat net courant : + 26 %

En M€	2002/2003	2001/2002	Evolution
Chiffre d'affaires	881,5	794,7	+10,9%
Résultat d'exploitation	82,5	73,2	+12,7%
Résultat financier	-13,5	-15,4	-12,3%
Amortissement survaleurs	-6,4	-6,3	+1,6%
Impôts	-22,5	-18,6	+21,0%
Résultat net courant part du groupe	40,1	31,9	+25,7%
Résultat exceptionnel net	7,2	5,9	+26,0%
Résultat net part du groupe	47,3	37,8	+25,1%

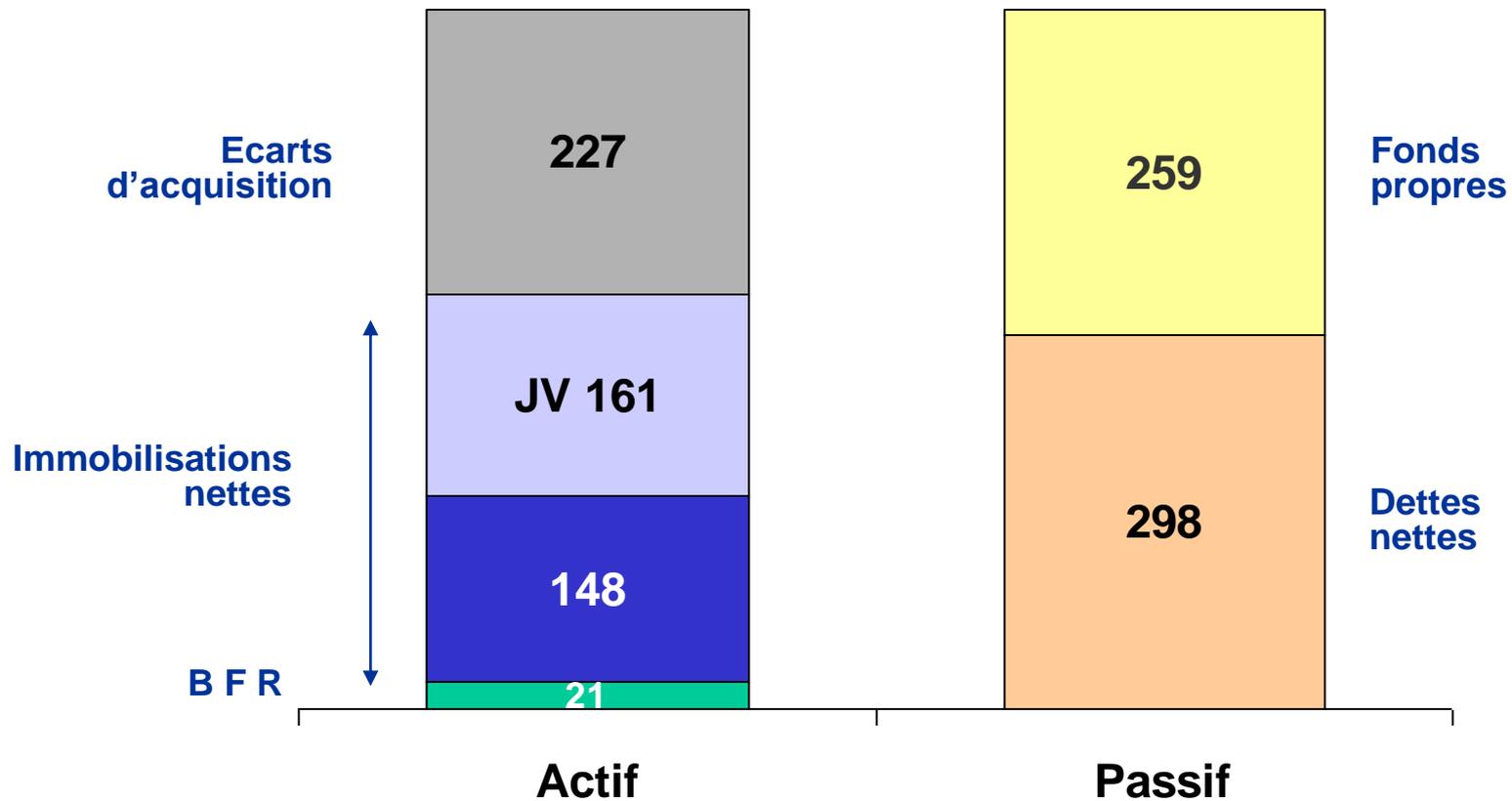
Tableau de financement

En M€	2002/2003	2001/2002
Capacité d'autofinancement	89,9	60,1
Besoin en fonds de roulement	-19,4	26,8
Flux de trésorerie générés par l'activité	70,5	86,9
Flux liés aux investissements	-284,1	-4,1
Augmentation de capital	0,3	55,9
Dividendes versés	-9,4	-6,9
Variation de l'endettement	208,0	-149,0
Evolution de la trésorerie	-14,7	-17,2

Une structure financière équilibrée (pré S&LB Eemhof)

En M€

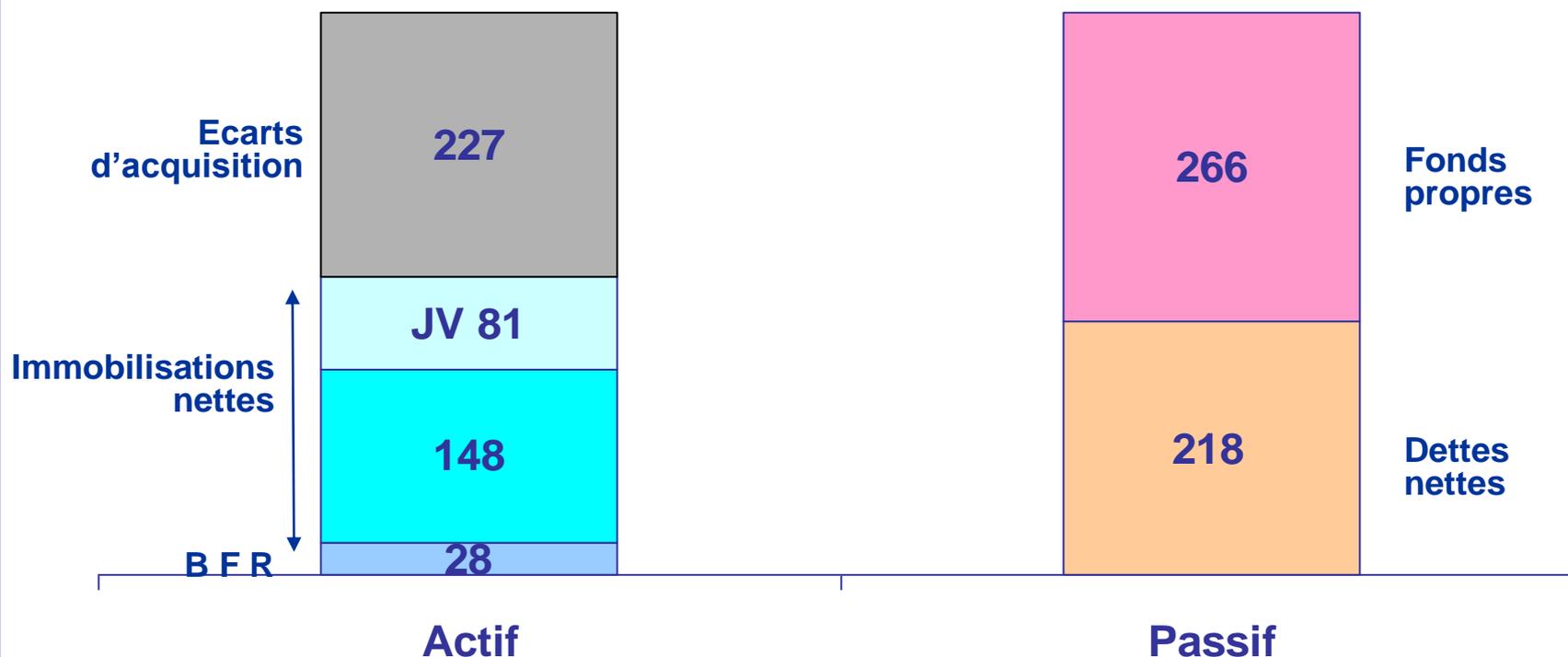
Gearing : 1,15



Une structure financière équilibrée (post S&LB Eemhof)

En M€

Gearing : 0,82



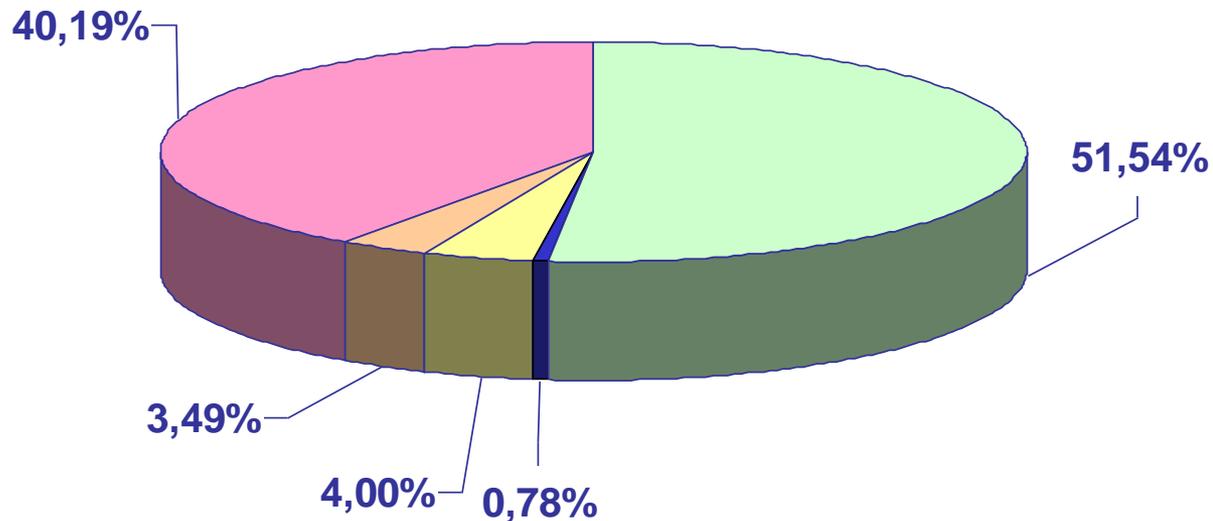
Distribution envisagée

Distribution proposée : 1,50 € par action
(sans avoir fiscal)

soit un montant global de 12,8 M€

Répartition du capital (*)

Nombre de titres : 8 544 850 actions



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

(*) au 11 décembre 2003

III - Les enjeux 2003/2004

Les enjeux pour 2003/2004

- A - Améliorer les performances opérationnelles du Groupe
- B - Exploiter les nouvelles opportunités liées à l'intégration à 100 % de Center Parcs Europe Continentale
- C - Poursuivre la politique de développement

A - Améliorer les performances opérationnelles du Groupe

1- Optimiser la gestion de l'activité touristique

- **Des actions commerciales qui s'inscrivent dans la stratégie du Groupe**
 - développement de la vente directe
 - renforcement de la promotion et de la vente des courts séjours
 - mise en œuvre d'une stratégie marketing de proximité (sites, boutiques)
 - développement de partenariats (Décathlon, Tours Opérateurs)

- **Une mise en place de nouveaux outils permettant une meilleure gestion réservation, gestion des sites, gestion des propriétaires...**

A - Améliorer les performances opérationnelles du Groupe

2 - Croissance du CA qui repose sur :

- une maximisation des PMV ciblée sur la très haute saison (hausses tarifaires, diminution des réductions CE et Groupe...),
- une augmentation de l'occupation sur les ailes de saison (courts séjours, actions spéciales, développement ventes CE et Groupe, partenariats tours opérateurs, opérations low costs...),
- des actions ciblées sur certaines zones géographiques :
 - Allemagne : politique tarifaire spéciale sur TO, promotion renforcée
 - Atlantique sud : offre spéciale durée de séjour

A - Améliorer les performances opérationnelles du Groupe

3 - Poursuite de la politique de réduction des coûts

➤ Coûts sur sites :

- renégociation des conditions fournisseurs (énergie, linge, ménage, maintenance, restauration...)

➤ Coûts de siège :

- optimisation des achats (administratif, communication et marketing)
- gain de productivité liés à la réorganisation du tourisme

B - Exploiter les nouvelles opportunités liées à l'intégration de Center Parcs Europe Continentale

1 – Développer de larges synergies intra-groupe

➤ Synergies commerciales :

- partage des fichiers clients (cross marketing)
- étude pour la création d'un outil commercial commun en Hollande, Allemagne et Belgique (cross selling)

➤ Synergies opérationnelles fonctionnelles :

- rénovations
- achats
- centralisation de la gestion de trésorerie
- échanges opérationnels entre équipes...

Bénéficiaire des synergies Groupe, tout en préservant les identités de chaque marque

B - Exploiter les nouvelles opportunités liées à l'intégration de Center Parcs Europe Continentale

2 – Développer des villages Center Parcs

➤ Développements en cours

- **Center Parcs de l'Ailette (Picardie), livraison prévue fin 2006**
- 700 cottages, une capacité d'accueil de 3 000 personnes, un espace aquatique de 1 850 m² de bassins
- Application du savoir faire immobilier du Groupe :
 - commercialisation et maîtrise d'ouvrage
 - montage financier
 - vente des cottages (70 M€) sur plan à des investisseurs personnes physiques bénéficiant d'incitations fiscales
 - financement des équipements (de 80 à 100 M€) pour partie par les collectivités locales (30 M€), pour partie par un sale and lease back
- EBITDA de 10 M€ en rythme de croisière pour un CA de 50 M€

B - Exploiter les nouvelles opportunités liées à l'intégration de Center Parcs Europe Continentale

2 – Développer des villages Center Parcs

- **Projet de reprise de la gestion d'un nouveau village en Allemagne**
 - 420 cottages
 - Investissement de 16 M€ financé par sale and lease back
 - EBITDA de 3,0 M€ en rythme de croisière pour un CA de 12 M€

➤ Projets à l'étude :

- **Extension de villages en France, aux Pays-Bas et en Allemagne (environ 600 cottages)**
- **Création d'un nouveau village en Lorraine (2007)**

C – Poursuivre la politique de développement

1 – Accélération de la croissance organique en France

➤ Un rythme soutenu d'activité pour 2003/2004

- Immobilier neuf :
 - livraisons Hiver : Isola 2000
 - livraisons Printemps/Eté :
 - Port Bourgenay, Biscarosse, Saint-Jean Pied de Port, Montflanquin, Jonzac, Loches
- Rénovation :
 - portefeuille de résidences acquis auprès d'institutionnels (Avoiaz, La Plagne, La Rochelle, Lacanau...)
 - tour Front de Seine au cœur de Paris

C – Poursuivre la politique de développement

1 – Accélération de la croissance organique en France

➤ Des évolutions favorables en terme d'incitations fiscales

- Immobilier neuf : crédit d'impôt porté de 15 à 25 % sur un plafond relevé de 92 000 € à 100 000 €
- Rénovation : crédit d'impôt de 20 % sur un plafond de 100 000 €

C – Poursuivre la politique de développement

2 – Europe du Sud

➤ En Espagne :

- Opérations de développement immobilier, en cours de commercialisation
- mise en gestion de résidences en développement ou existantes (Marbella...)
- étude de développement des résidences urbaines (Barcelone...)

➤ En Italie :

- poursuite de la commercialisation immobilière de Calarossa (330 maisons)
- livraison au printemps 2004 du village de Cefalu (150 appartements)
- reprise en gestion d'une seconde résidence à Rome

C – Poursuivre la politique de développement

3 - De nouveaux axes de développement

- Poursuite de la politique d'acquisitions sélectives
- Renforcement sur les résidences urbaines
 - Tour Front de Seine (400 appartements), livraison 2006
 - Boulogne Billancourt (75 appartements), livraison 2006
 - Place de Clichy (80 appartements), livraison 2006
- Développement géographique

Conclusion : objectif de croissance de 25 % du
résultat net courant 2003/2004

**Un résultat net courant objectif à 50 M€
pour l'exercice 2003/2004**