



# **PRESENTATION DES RESULTATS DU 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2008/2009**

**Période du 1<sup>er</sup> octobre 2008 au 31 mars 2009**



- I PRÉSENTATION DU GROUPE**
- II RÉSULTATS DU 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2008/2009**
- III PERSPECTIVES DU 2<sup>ème</sup> SEMESTRE 2008/2009**
- IV PLAN D' ACTIONS DES ACTIVITES TOURISTIQUES**
- V DÉVELOPPEMENTS TOURISTIQUES ET IMMOBILIERS**



# I – PRÉSENTATION DU GROUPE



## Le Groupe Pierre & Vacances Leader européen du tourisme de proximité

Pierre & Vacances

maeva

CenterParcs

Sunparks

RESIDENCES  
MGM

latitudes  
HOTELS

adagio

Citea  
Apparthôtels et Villas en France

### Chiffres clés :

47 000 maisons et appartements en Europe  
(36 000 en France)

---

7,5 millions de clients dont 2,5 millions d'enfants

---

9 500 collaborateurs (ETP)

---



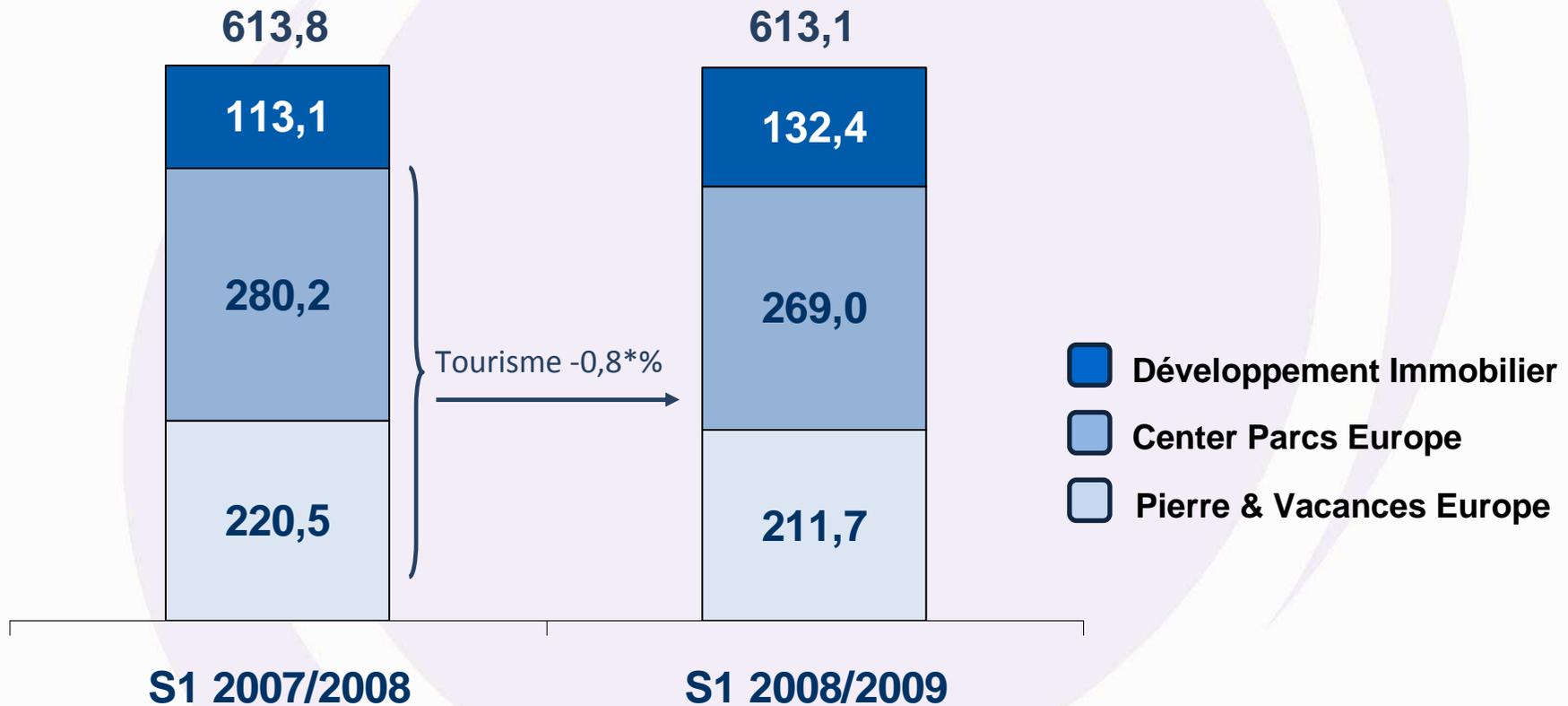
## **II – RÉSULTATS DU 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2008/2009**

**(1<sup>er</sup> octobre 2008 – 31 mars 2009)**



## Stabilité du chiffre d'affaires 1<sup>er</sup> semestre 2008/2009

(en millions d'euros)



\* à données comparables, le chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2007/2008 est retraité de l'incidence du décalage du week-end de Pâques de mars l'an dernier à avril et des grèves aux Antilles



## Tourisme

### ■ Pierre & Vacances Europe :

- Croissance du chiffre d'affaires de location de 1,1 % à données comparables grâce aux résidences urbaines et à la montagne.
- Ventes directes s'élevant à 69 % du chiffre d'affaires dont 19 % pour les ventes Internet (contre 15 % sur la même période de l'exercice précédent).

### ■ Center Parcs Europe :

- Stabilité du chiffre d'affaires de location à données comparables, l'augmentation des PMV de 2,6 % a compensé la baisse de 2,9 % des nuits vendues.
- Ventes directes représentent 90 % du chiffre d'affaires dont 50 % pour les ventes Internet (contre 46 % sur la même période de l'exercice précédent).



## Développement immobilier

- Un chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2008/2009 de 132,4 M€ :
  - Neuf : 95,4 M€ (Center Parcs de Moselle et de Sologne, Belle Dune, Houlgate...)
  - Rénovation : 37 M€ (Paris la Défense, Val Thorens Machu Pichu...)



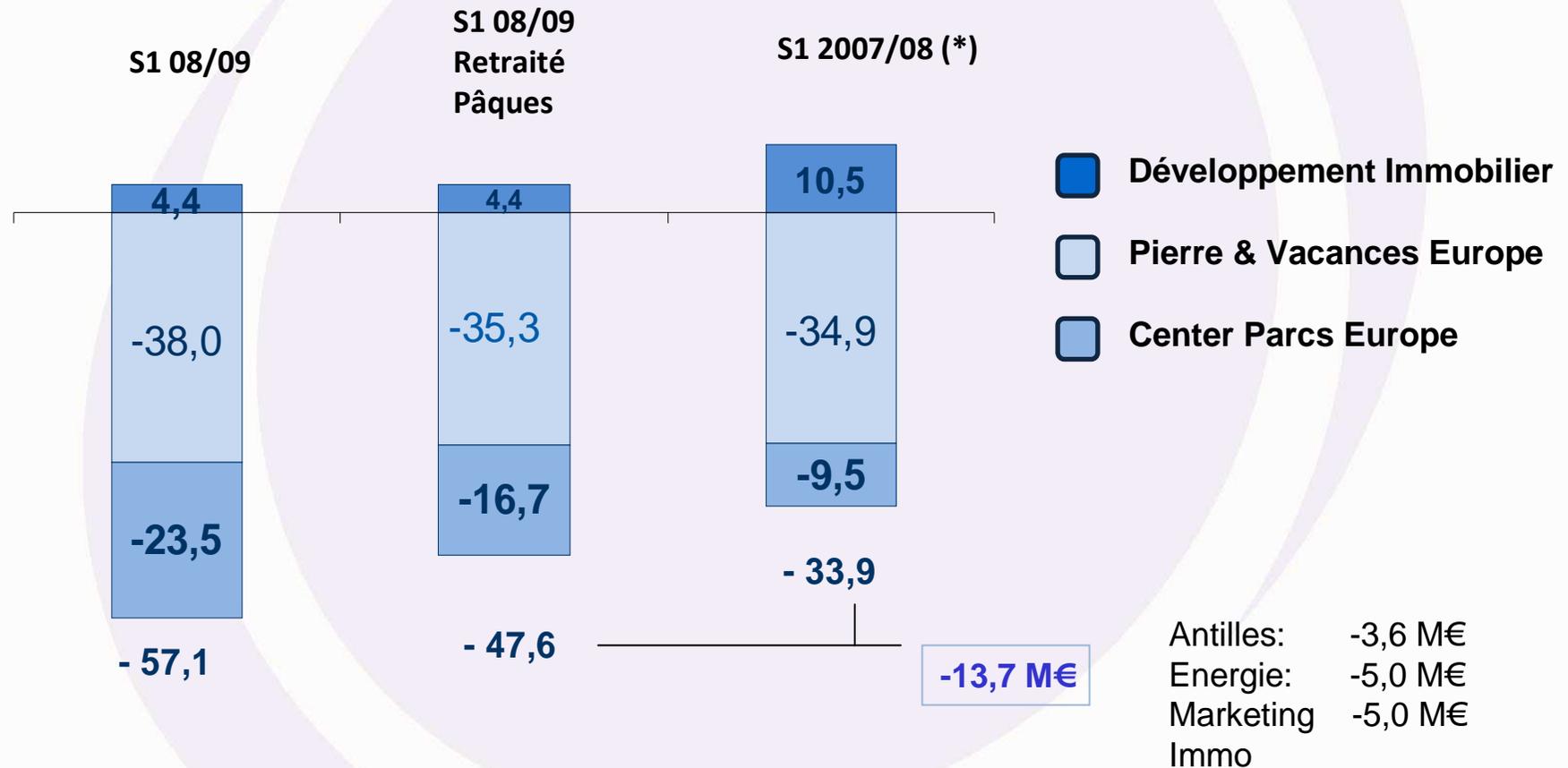
## Un résultat opérationnel courant semestriel structurellement déficitaire

- **Saisonnalité structurelle de l'activité au 1er semestre** : environ 40 % du chiffre d'affaires... mais 50 % des charges fixes
- **Cette saisonnalité est accentuée sur le semestre par :**
  - Un calendrier de vacances défavorable avec le décalage de Pâques sur le mois d'avril (incidence de -9,5 M€)
  - Des éléments exceptionnels:
    - incidence des grèves aux Antilles pour Pierre & Vacances Tourisme Europe (-3,6 millions d'euros),
    - surcoût sur l'énergie pour Center Parcs Europe (-5,0 millions d'euros),
    - actions marketing et commerciales renforcées sur l'immobilier (-5,0 millions d'euros).



## Résultat opérationnel courant

(en millions d'euros)



\* Après changement de méthode sur les dépenses de publicité, désormais comptabilisées dès la réalisation de la prestation



## Résultat net part du Groupe S1 2008/2009

(en millions d'euros)

	1er semestre 2008/2009	1er semestre 2008/2009 retraité (3)	1er semestre 2007/2008 (2)
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>613,1</b>	<b>625,1</b>	<b>613,8</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>-57,1</b>	<b>-47,6</b>	<b>-33,9</b>
Résultat financier	-6,5	-6,5	-4,6
Impôts (1)	19,0	16,0	12,1
<b>Résultat net courant part du Groupe(1)</b>	<b>-44,6</b>	<b>-38,1</b>	<b>-26,4</b>
<b>Autres ch. et produits opérationnels nets d'impôts (1)</b>	<b>4,4</b>	<b>4,4</b>	<b>7,2</b>
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>-40,2</b>	<b>-33,7</b>	<b>-19,2</b>

(1) Les autres charges et produits opérationnels sont présentés nets d'impôts. Ils intègrent également les éléments non récurrents liés à l'impôt (économies d'impôts, mise à jour de la position fiscale du Groupe) qui sont reclassés de l'impôt comptable.

(2) Après changement de méthode sur les dépenses de publicité, désormais comptabilisées dès la réalisation de la prestation.

(3) Les résultats ont été retraités du décalage du week-end de Pâques de mars l'an dernier à avril.



# **III – PERSPECTIVES DU 2<sup>ème</sup> SEMESTRE 2008/2009**

## **(1<sup>er</sup> avril 2009 – 30 septembre 2009)**



## Tendances de chiffre d'affaires des activités sur le 2<sup>ème</sup> semestre 2008/09

### ▪ **Tourisme :**

- Bonnes performances sur les vacances de Pâques et les ponts de Mai grâce aux ventes de dernière minute,
- mais attentisme sur les réservations à date pour la saison été qui ne permet pas d'estimer de façon précise le chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> semestre.

### ▪ **Développement immobilier :**

- Un niveau de chiffre d'affaires immobilier sur l'exercice 2008/2009 comparable à celui de 2007/2008, avec un niveau de marge sur le 2<sup>ème</sup> semestre redevenu identique à celui de l'exercice passé.



## **IV – PLAN D'ACTIIONS DES ACTIVITES TOURISTIQUES**



CONSOLIDER NOTRE POSITION DE  
**LEADER DU TOURISME DE  
PROXIMITE**  
ET ACCROITRE NOS PERFORMANCES



## Actions à court terme : Renforcer notre efficacité commerciale pour l'été

### PIERRE & VACANCES TOURISME EUROPE

### CENTER PARCS EUROPE

CAMPAGNE INSTITUTIONNELLE D'ANIMATION  
« la chasse aux vacances »

ACTION CIBLÉE VILLAGES PV EN EUROPE  
mini-site dédié et campagne de mailings

RENFORCEMENT DES TAUX DE  
TRANSFORMATION SUR INTERNET  
nouvelle ergonomie de site & « best deal generator »

POSITIONNEMENT DE SP ACCENTUÉ  
avec un guide touristique on-line

COMMUNICATION TACTIQUE TOUT AU LONG DE L'ÉTÉ

GESTION OPTIMISÉE DES VENTES DE DERNIÈRE MINUTE



## Au-delà de la crise, un marché du tourisme en pleine mutation

### EVOLUTION PROFONDE DES COMPORTEMENTS DU CONSOMMATEUR

- « Mieux consommer » plutôt que « sur-consommer »
- Recherche de sens
- Besoin de réassurance
- Une approche des vacances favorable au tourisme de proximité

IMPORTANCE DES MARQUES  
ET DE LEURS CONTENUS

### REVOLUTION DE L'INDUSTRIE DU TOURISME AMPLIFIEE PAR INTERNET

- Élargissement du spectre concurrentiel
- Transparence des prix accentuée par les comparateurs
- Web participatif et gestion de la réputation
- Besoin de structurer les masses d'informations disponibles

IMPORTANCE DE LA VISIBILITE  
ET DU CONTENU SUR INTERNET



## Face à ces évolutions, une stratégie en 4 volets

MARQUES &  
PRODUITS

1

STRATÉGIE DE PORTEFEUILLE  
DIFFÉRENCIATION DES MARQUES

INTERNET

2

VISIBILITE ON-LINE  
ACCÉLÉRATION DU DÉPLOIEMENT E-COMMERCE

EFFICACITÉ  
COMMERCIALE

3

RENFORCEMENT DES SYNERGIES ENTRE LES  
PÔLES PVT ET CPE

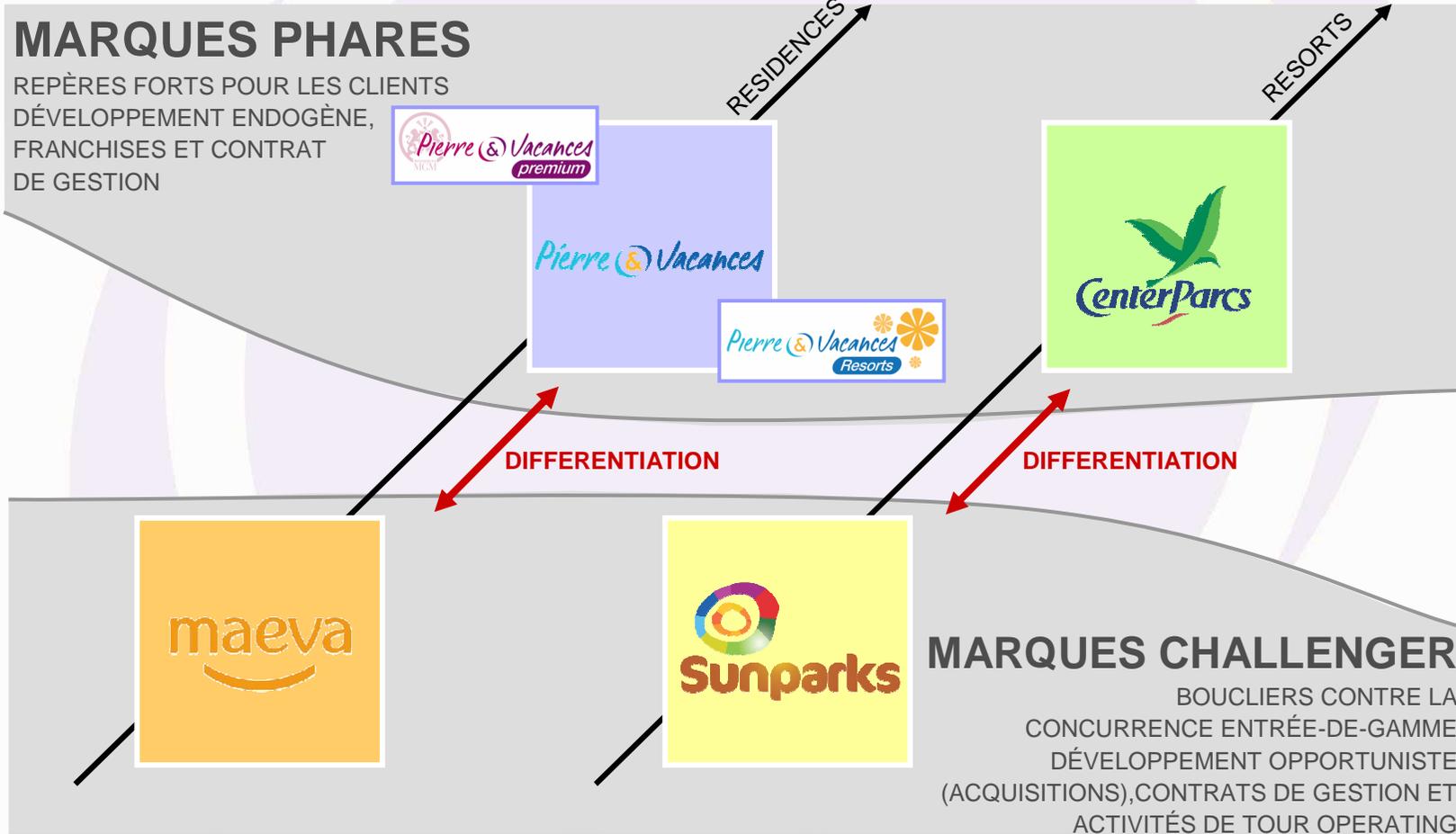
OPTIMISATION DE  
L'ORGANISATION

4

ALLÈGEMENT DES STRUCTURES  
SYNERGIES DE COÛTS



## Stratégie de portefeuille : 2 marques phares, 2 marques challenger





## La nouvelle architecture de marques

### REPOSITIONNEMENT DES MARQUES DANS LE CADRE DE LA STRATÉGIE DE PORTEFEUILLE

Hôtels

Aparthotels

Résidences

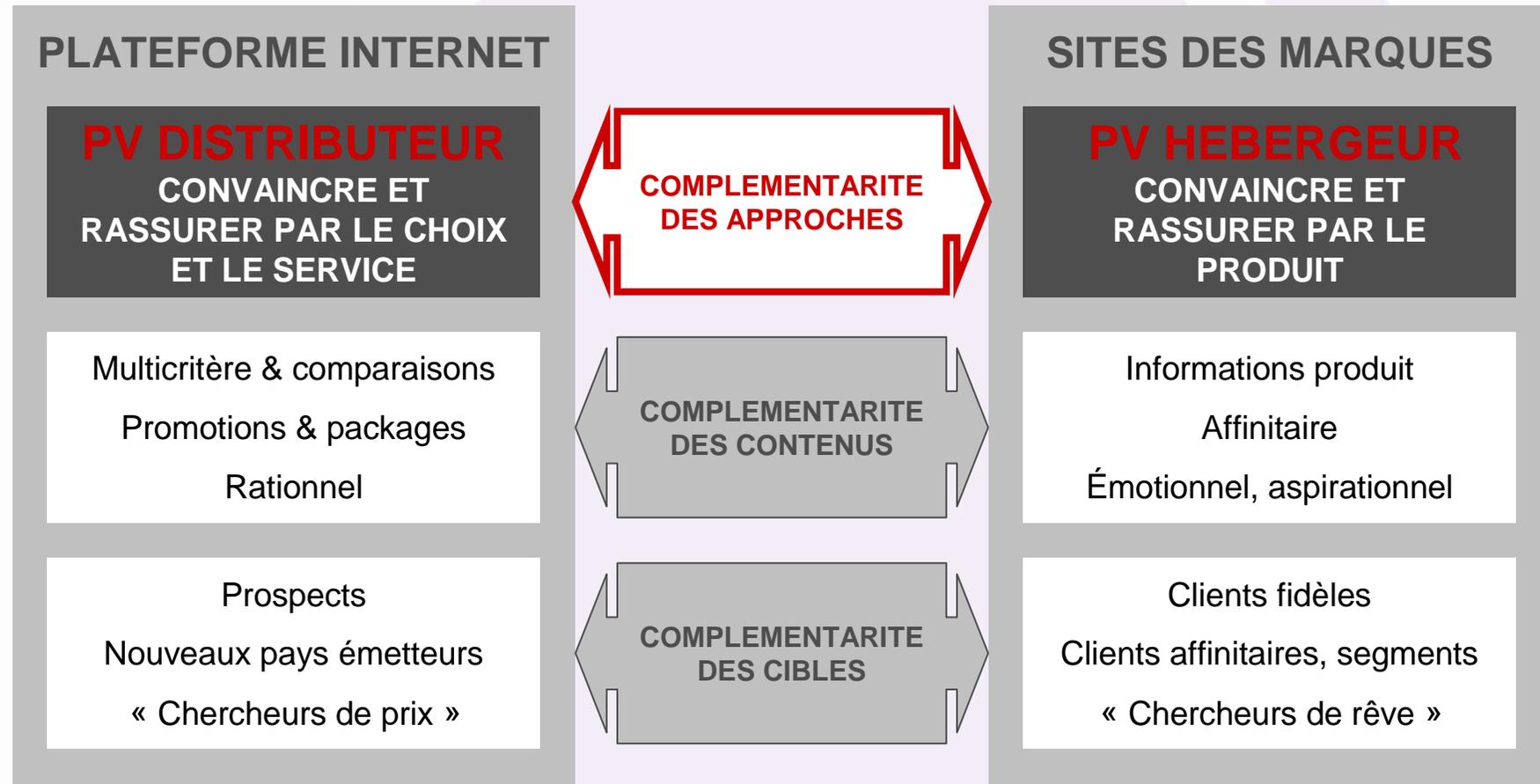
37 Resorts en Europe



**INTRODUCTION D'UNE PLATEFORME INTERNET  
QUI FÉDÈRE LES MARQUES DU GROUPE, ET DE SA MARQUE « 100 % WEB »**



## Une plateforme Internet qui élargit le dispositif commercial



**OBJECTIF DU GROUPE : 50 % DE CA DE LOCATION REALISÉ SUR INTERNET EN 2012/13**



## Des synergies accélérées pour un gain d'efficacité commerciale

**1<sup>ER</sup> SEMESTRE 08/09**

**COMMERCIAL FRANCE :  
ÉQUIPES PARTAGÉES**

VENTES SÉMINAIRES

VENTES CE

RELATIONS PRESSE

**2<sup>ND</sup> SEMESTRE 08/09**

**VENTES INTERNATIONALES :  
RESPONSABILITÉ CONFIEE AU  
PÔLE LE MIEUX IMPLANTÉ**

**LEAD PVT**

UK – ITALIE – RUSSIE

PAYS DE L'EST – SCANDINAVIE

NOUVEAUX PAYS ÉMETTEURS

**LEAD CPE**

BELGIQUE – PAYS-BAS –

LUXEMBOURG – ALLEMAGNE

**2009/10 & 2010/11**

**INTERNET / CLIENT /  
DISTRIBUTION**

PLATEFORME

MARKETING DIRECT

FIDÉLISATION / CRM

MARKETING AFFINITAIRE

YIELD

ACTIVITÉS DE TO INTERNE



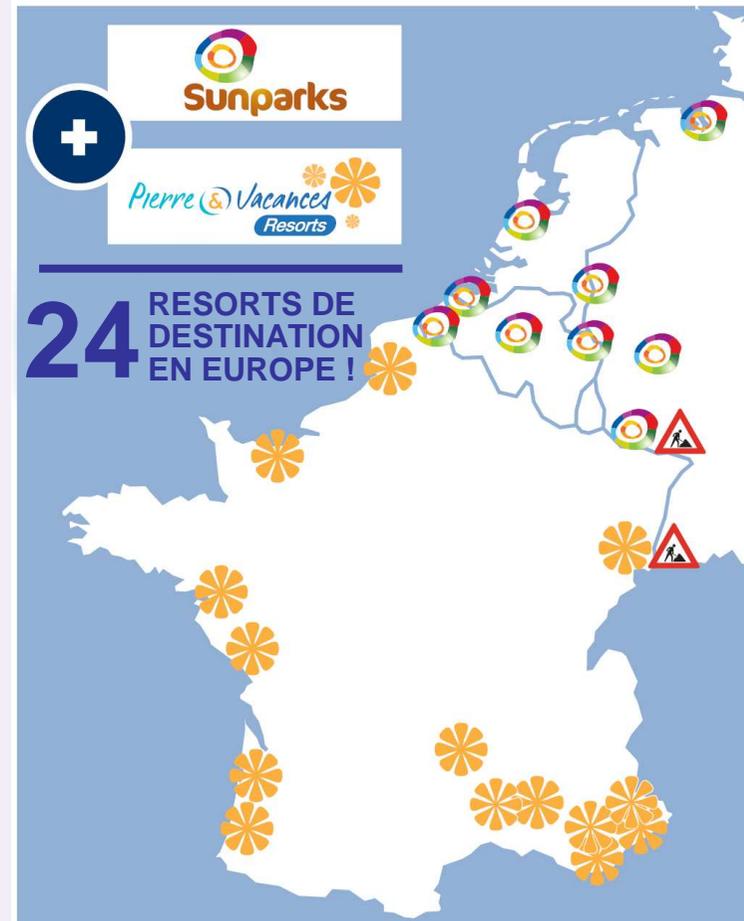
## Distribution de Pierre & Vacances Resorts par Sunparks

### Une solution simple et pragmatique (1<sup>er</sup> janvier 2010) :

- Sunparks, tour operator de Pierre & Vacances Resorts en Belgique, en Allemagne et aux Pays-Bas

### Des avantages partagés :

- Complémentarité géographique et similarité des produits
- Capitalisation sur la présence et la notoriété de Sunparks en Europe du Nord





## Optimisation de l'organisation : simplification des organisations et synergies de coûts

### ORGANISATIONS

Allègement des structures

Fluidification des processus

Center Parcs Europe

Pierre & Vacances  
Tourisme Europe

Business  
Développement

UN PLAN  
D'ACTION POUR  
LE GROUPE

GAINS  
ATTENDUS :  
10M€ EN 2009/10

### SYNERGIES

Mise en convergence  
des pratiques, en gardant  
le meilleur de chaque pôle

DSI  
plan de partage des infrastructures

RH  
formation, communication,  
gestion des talents...

Finance  
évolution vers des systèmes  
communs intégrés



## V - DÉVELOPPEMENTS TOURISTIQUES ET IMMOBILIERS



## Développement au Maroc

- **Signature le 27 mai 2009 d'un protocole d'accord avec le Groupe CDG (à travers ses filiales CGI et Madaef) pour le développement de grands projets au Maroc**
- **Un partenariat structuré autour de la création de 2 sociétés :**
  - Une société de promotion immobilière détenue à 50/50 par la CGI et Pierre & Vacances Maroc
  - Une société foncière et d'exploitation touristique détenue à 85% par Madaef et 15% par Pierre & Vacances Maroc
- **Un projet commun :**
  - Près de 3 000 appartements d'ici fin 2014 en 3 phases
  - Développement au travers de 4 types d'offres touristiques: Oasis Eco Resort, résidences de tourisme et de vacances, résidences urbaines et résidences seniors



## 1<sup>ère</sup> phase du plan de développement

- **« Oasis Eco-Resort » à Marrakech**
  - Localisation: au sud-ouest de la ville de Marrakech, à moins de 10 km du centre ville, au sein du programme de développement et d'aménagement de Chrifia
  - Programmation :
    - Résidences de Tourisme : 480 appartements et maisons
    - Résidences secondaires : 450 unités
    - Equipements de loisirs du Resort : Oasis Aqualudique, Spa, restaurants, séminaires, commerces, club enfants...
- **Résidences urbaines à Casablanca, Rabat et Fes (610 appartements)**
- **Investissements global sur la 1<sup>ère</sup> phase de 220 M€ dont 100 M€ (40% en fonds propres) pour la société foncière et d'exploitation touristique et 120 M€ pour la promotion immobilière**



# Oasis Eco-Resort de Marrakech





## Objectif de 50 résidences exploitées à horizon 2012 : chiffre d'affaires de 140 M€

### Parc actuel :

24 aпарhotels dans 3 pays,  
3 263 appartements

### Prochaines ouvertures :

5 ouvertures d'ici décembre  
2009 : Berlin, Bruxelles,  
Vienne, Marseille, Nantes





## Exemple : Adagio Berlin Kurfürstendamm



- Ouverture en octobre 2009 : 1<sup>ère</sup> implantation d'Adagio en Allemagne.
- Situation idéale au cœur de Berlin Ouest, à deux pas du plus grand magasin d'Europe, le KaDeWe de l'Europa Center et Zoo
- 133 appartements (110 studios – 22 deux pièces)





## Développement des résidences urbaines 2\*

### ■ En France, Citéa leader des résidences urbaines 2\*

- En 2008, 55 résidences - 5 033 logements
- En 2009, 4 ouvertures - 410 logements
- Perspectives de développement :
  - 4 résidences en 2010 - 400 logements
  - 6 résidences en 2011 - 600 logements

Soit fin 2011, **65 établissements - 6300 logements** environ

### ■ A l'international : Orion International

- 4 ouvertures en 2008/2009 (Paris, Prague, Hue, Zhengzhou)
- En Asie, redémarrage de la Chine et progression du Vietnam
- En Europe et Europe Centrale : 2 résidences signées et 4 en cours de signature.





## Extensions à Avoriaz

- **Un nouvel élan de la station en :**
  - offrant de nouvelles résidences de haute qualité (4\*)
  - ... et en réalisant des équipements de loisirs
  
- **Un projet de 475 appartements :**
  - Pierre & Vacances : 200 appartements (livraison en 2011)
  - Résidences MGM : 200 appartements (livraison en 2011) en extension du quartier de La Falaise
  - Maeva : 1 résidence de 75 appartements
  
- **Un nouvel équipement pour la station : l'Aquariaz**

**Réservations : 170 sur 220 appartements en vente à ce jour**



## Center Parcs Europe : croissance du chiffre d'affaires de 50 % d'ici à 2012/2013

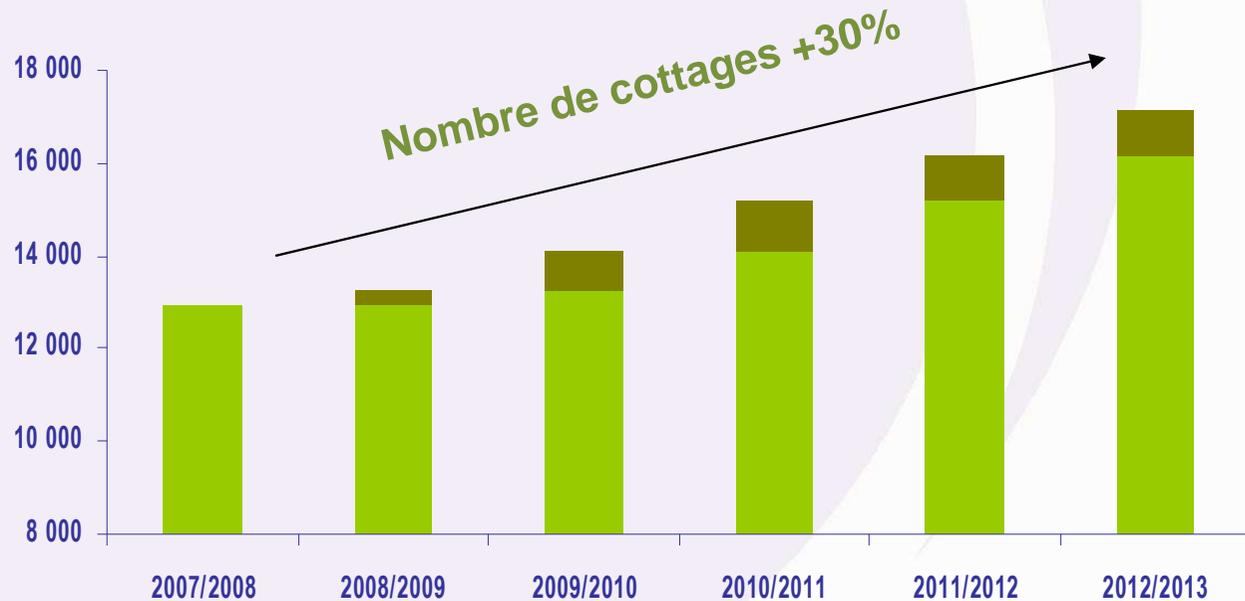
**2008/2009 :**  
Extensions (280)

**2009/2010 :**  
CP Moselle (870)

**2010/2011 :**  
Extensions  
CP Moselle (450),  
SP Allemagne (500)

**2011/2012 :**  
CP Isère (1000)

**2012/2013 :**  
CP Allemagne (1000)





## Développement immobilier

- **Commercialisation immobilière Pierre & Vacances renforcée par l'évolution du contexte fiscal :**
  - Extension de la loi Scellier aux Résidences de Tourisme (réduction d'impôt de 25 % de l'acquisition, plafonné à 300 K€): application aux programmes neufs rétroactivement au 1<sup>er</sup> janvier 2009
  
- **Depuis avril, accélération du rythme de réservations : environ 300 réservations enregistrées**



## Développement immobilier

- **Confirmation d'un potentiel de chiffre d'affaires de 1 milliard d'euros sur des grands projets :**
  - **Center Parcs d'Isère (1 000 cottages)**
  - **Extension du Center Parcs de Moselle (450 cottages)**
  - **Avoriaz, 475 appartements**
  - **Deauville - Presqu'Île de la Touques, 120 appartements**
  - **Villages Nature - partenariat avec Euro Disney, 1<sup>ère</sup> phase de 800 maisons et appartements**
  - **Eco-Village d'Alsace - partenariat avec les collectivités territoriales, la Caisse des dépôts et la Compagnie des Alpes - projet de 500 maisons**



## Le développement durable au cœur de la stratégie

Notre ambition : promouvoir un tourisme et une construction durables dans le cadre d'un plan triennal 2008-2011

### ▪ Avec trois grands objectifs :

- Contribuer à la lutte contre le changement climatique
- Participer aux efforts de préservation des ressources naturelles
- Renforcer la politique sociale responsable

### ▪ Pour y parvenir :

- Renouvellement du partenariat WWF-France
- Lancement du « **Programme Vacances Durables** »
- Des engagements forts de construction écologique en **anticipation des évolutions réglementaires** : certification THPE\* des constructions, promotion des énergies renouvelables, chantier vert, choix de matériaux sains et écologiques...
- Un plan d'action sur l'intégration d'objectifs « développement durable » pour le management, la promotion de la diversité et l'intégration des travailleurs handicapés.

\* Très Haute Performance Énergétique





## Des réalisations et actions concrètes sur 2007/2008

- **La construction du Center Parcs de Moselle, un projet exemplaire de notre ambition** : construction de 870 cottages en bois au niveau THPE, « chantier vert », préservation de la biodiversité, réduction de 10 % des consommations d'énergie des équipements collectifs (ventilation naturelle, isolation, ...), choix d'une chaufferie bois pour couvrir au minimum 90 % des besoins de chauffage et d'eau chaude des équipements, programme d'animations avec le WWF.
- **85 000 clients sensibilisés dont 25 320 enfants (programme d'animation Ecoliday's avec le WWF)**
- **1 500 salariés permanents formés aux écogestes métiers**
- **Bilan carbone de l'activité Tourisme**
- **Rattachement de la mission solidarité handicap au développement durable**
- **Projets en cours (2009)** : amélioration de la visibilité des « éco-actions » sur les sites, déploiement du système de management environnemental, charte restauration durable, gestion écologique des espaces verts, développement de la cible « ado » dans les actions de sensibilisation...





## Une nouvelle dénomination pour le Groupe

# GROUPE PIERRE & VACANCES CENTER PARCS

- Capitalisation sur les deux marques phares
- Mise en avant de l'internationalisation du Groupe



## Conclusion

- Le Groupe dispose d'atouts spécifiques dans le contexte de crise de l'industrie touristique résultant du contexte économique par son positionnement de leader européen du tourisme de proximité.
- Le Groupe renforce son plan de synergies entre Pierre & Vacances Tourisme Europe et Center Parcs Europe pour accroître ses revenus et réduire ses coûts. Ce plan devrait se traduire par 10 millions d'euros d'économies de coûts sur 2009/2010, en complément des 10 millions de 2008/2009.
- L'extension de la loi Scellier aux Résidences de Tourisme bénéficie à l'activité immobilière et permet de conforter l'objectif de 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires sur les projets immobiliers majeurs du Groupe.