

d'activité ^{rapport} 2006 / 2007



NUMÉRO 1 DES RÉSIDENCES DE VACANCES EN EUROPE

02	MESSAGE DU PRÉSIDENT
04	GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE
05	CHIFFRES CLÉS 2006/2007
06	FAITS MARQUANTS 2007
08	STRATÉGIE
12	PIERRE & VACANCES EN BOURSE
13	INFORMATION DES ACTIONNAIRES
14	TOURISME
24	IMMOBILIER
28	DÉVELOPPEMENT DURABLE
39	RESSOURCES HUMAINES

Le Groupe Pierre & Vacances est le leader européen des Résidences de vacances. Sa réussite repose sur un modèle économique basé sur la synergie entre l'immobilier et le tourisme. Aujourd'hui, le Groupe est présent en Europe avec huit marques complémentaires : Pierre & Vacances, Adagio City Aparthotel, Maeva, Résidences MGM, Hôtels Latitudes, Center Parcs, Sunparks et Citéa. Il gère un parc touristique de 48 300 appartements et maisons en Europe.

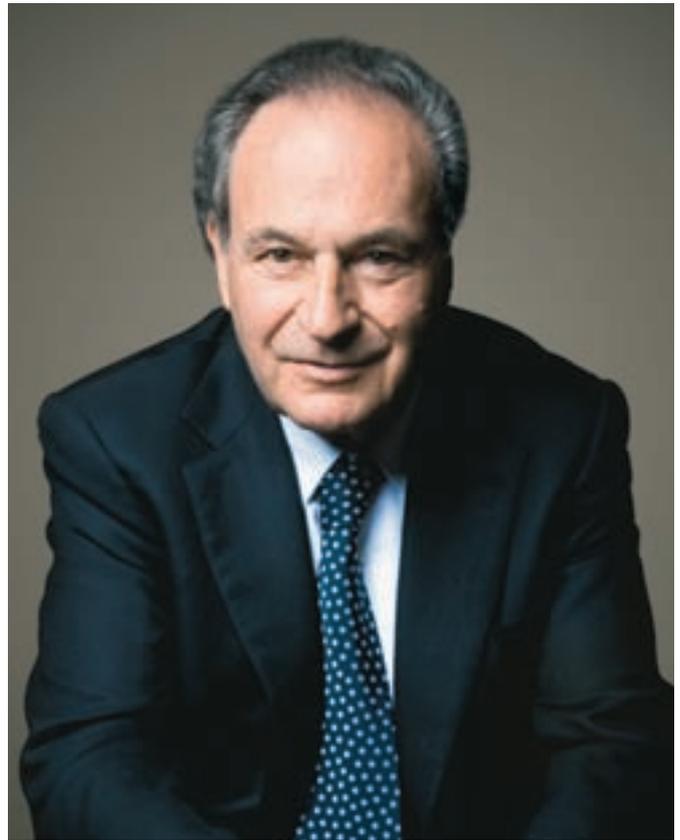
En 2007, le Groupe a accueilli 6,9 millions de clients, séduits par des formules de séjour qui conjuguent destinations attractives et services à la carte.



Nous avons consacré ces trois dernières années à consolider nos fondamentaux. Dans un contexte mouvant, nous avons gardé le cap, rationalisé notre organisation, optimisé nos ressources, misé sur des concepts forts et des marchés porteurs comme les résidences urbaines.

Nous avons pu entrer à nouveau, comme nous l'avions annoncé, dans une dynamique de croissance externe à travers deux acquisitions majeures. D'abord, avec Sunparks, nous renforçons notre implantation en Europe du Nord, en complétant les villages Center Parcs par une offre clairement segmentée entre villages 3 et 4 étoiles et villages 5 étoiles. Ensuite, avec Les Senioriales, nous enrichissons notre savoir-faire en nous positionnant sur le marché porteur des résidences destinées aux seniors actifs.

Notre développement passe aussi par des partenariats avec d'autres leaders. Nous étions déjà associés à Euro Disney autour du projet innovant de Villages Nature en France. Nous le sommes désormais avec Accor sur le marché européen des résidences urbaines.



message du, président

Enfin, nous développons nos activités à l'international. D'abord sur le plan commercial, en nous adressant directement à nos clients européens par Internet ou en implantant des bureaux de vente localement. Ensuite, dans nos projets, à la fois à travers le développement de nouveaux Center Parcs en Europe, les résidences urbaines, mais aussi par le déploiement de Pierre & Vacances en Espagne et bientôt au Maroc.

Les relais de croissance sont donc en place. Sans nous éloigner de notre double métier – le tourisme et l'immobilier – nous renouvelons sans cesse notre approche, en identifiant de nouveaux projets et segments de marché qui correspondent aux évolutions sociétales européennes. Alors que le Groupe vient de fêter ses 40 ans, il fait preuve cette année encore d'un formidable dynamisme.



Gérard Brémond
Président-Directeur Général

« Comme nous l'avions annoncé, nous renouons avec la croissance externe. »

gouvernement d'entreprise

Les orientations stratégiques du Groupe Pierre & Vacances sont définies et mises en œuvre par plusieurs organes de décision.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration de Pierre & Vacances SA compte neuf administrateurs dont quatre sont qualifiés d'indépendants selon les critères du rapport Bouton.

Gérard Brémond

Président-Directeur Général Groupe

Olivier Brémond

SA SITI, représentée par

Thierry Hellin

GB Développement,

représentée par Patricia Damerval

Éric Debry

Michel Dupont

Sven Boinet

Marc R. Pasture

Ralf Corsten

COMITÉ EXÉCUTIF

Composé de neuf membres, tous cadres dirigeants du Groupe.

Antoine de Fombelle

Directeur Général de Pierre & Vacances Développement

Isabelle de Wavrechin

Directeur Général de Pierre & Vacances Conseil Immobilier

Patricia Damerval

Directeur Général Adjoint Groupe en charge des Finances

Éric Debry

Directeur Général Délégué

Gérard Brémond

Président-Directeur Général

Thierry Hellin

Directeur Général Adjoint Groupe en charge du Juridique, des Ressources Humaines, du Risk Management des Services Généraux et du Développement Durable

Martine Balouka

Directeur Général de Pierre & Vacances Tourisme France

Christophe Jeannest

Chief Executive Officer de Center Parcs Europe

Jean Chabert

Directeur Général de Pierre & Vacances Promotion Immobilière

AUTRES COMITÉS

Le Comité de Direction

Composé de 35 membres, il regroupe le Comité Exécutif mais aussi les principaux directeurs du Groupe Pierre & Vacances.

Le Comité Développement

Il regroupe les représentants du tourisme, de l'immobilier, du développement et de la finance.

Le Comité Tourisme

Il réunit les principaux responsables de Pierre & Vacances Tourisme et la Direction Financière.

Le Board of Management et le Supervisory Board de Center Parcs Europe

Ils intègrent des personnalités extérieures qualifiées.

Le Comité Immobilier

Il réunit les responsables du développement immobilier et de la commercialisation.

Antoine de Fombelle

Isabelle de Wavrechin

Patricia Damerval

Éric Debry

Gérard Brémond

Thierry Hellin

Martine Balouka

Christophe Jeannest

Jean Chabert

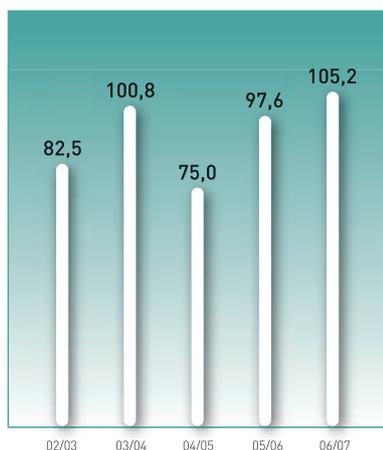


chiffres clés 2006/2007



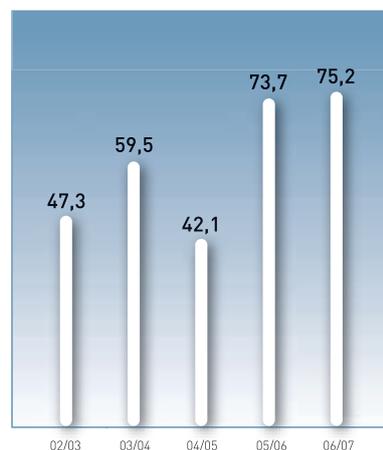
Évolution du chiffre d'affaires (en millions d'euros)

Croissance de 6,0% du chiffre d'affaires à données comparables dont 1 058,6 millions d'euros pour les activités touristiques (+ 2,6%) et 491,7 millions d'euros pour les activités immobilières (+ 14,2%).



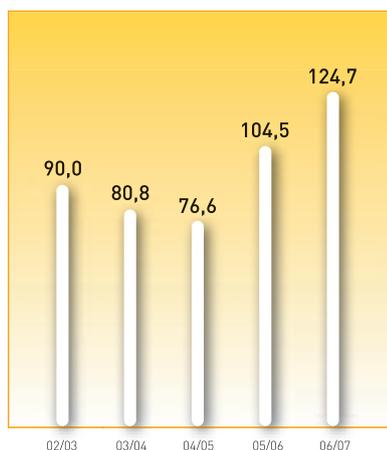
Évolution du résultat opérationnel courant (en millions d'euros)

Progression de 7,8% du résultat opérationnel courant qui provient pour la même proportion des pôles tourisme et immobilier.



Évolution du résultat net, part du Groupe (en millions d'euros)

Progression de 2,1% à 75,2 millions d'euros, nouveau record pour le Groupe.



Évolution de la capacité d'autofinancement (en millions d'euros)

Croissance de 19,3% à 124,7 millions d'euros permettant de financer les acquisitions et investissements significatifs pour l'exploitation touristique.



Évolution des capitaux propres, part du Groupe (en millions d'euros)

Hausse des capitaux propres de 15,3%, à 425 millions d'euros, grâce aux résultats enregistrés sur l'exercice.



Évolution de l'endettement financier net (en millions d'euros et en pourcentage des fonds propres)

Le ratio d'endettement net sur fonds propres est de 17% au 30 septembre 2007.

Nota : Exercices 2002/2003 et 2003/2004 en normes françaises.
Exercices 2004/2005 à 2006/2007 en normes IFRS.

faits marquants 07

2 février

Pierre
& Vacances
et Accor

6 février

40^e anniversaire

13 février

Villages
Nature



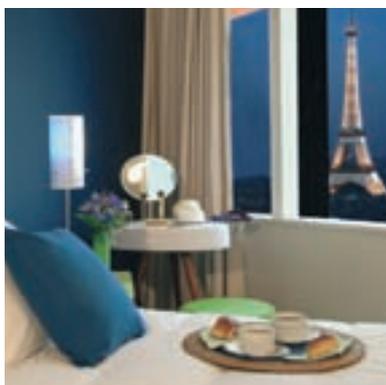
Le 2 février 2007, **Pierre & Vacances** et **Accor** s'associaient pour développer un réseau de résidences urbaines en Europe et devenir ainsi le leader sur ce marché sous la marque Adagio City Aparthotel. D'ici à cinq ans, le réseau devrait compter 50 résidences (6500 appartements) dans les principales villes françaises et métropoles européennes.

Le 6 février 2007, le **Groupe Pierre & Vacances** fêtait ses 40 ans en présence de 1500 invités sur le thème « Notre histoire a de l'avenir ». Au cours de cette soirée, le ministre délégué au Tourisme, Léon Bertrand, a souligné la capacité du Groupe à innover.

Le 13 février 2007, le projet Villages Nature a franchi une nouvelle étape. Une lettre d'intention a été signée entre l'État, **Euro Disney** et **Pierre & Vacances** confirmant ainsi l'intérêt et le soutien porté à ce projet novateur par l'État, en concertation avec les collectivités locales. Pendant cette nouvelle phase d'études, les parties prenantes définiront ensemble les conditions de réalisation du projet qui seront fixées dans un accord-cadre fin 2008.

20 mars

Ouverture de
Paris Tour Eiffel



Le 20 mars 2007, Gérard Brémond en présence d'Anne Hidalgo, première adjointe au maire de Paris, inaugure la nouvelle résidence parisienne, **Paris Tour Eiffel**. Entièrement rénovée par le cabinet d'architectes Valode et Pistre, cette réalisation de prestige s'élève sur 32 étages et se compose de 375 appartements.

15 mai

Développement
sur un marché
porteur :
les seniors



Le 15 mai 2007, le Groupe Pierre & Vacances a acquis la société de promotion immobilière **Les Senioriales**, spécialisée dans la construction de résidences destinées à une clientèle de seniors actifs. Cette acquisition représente pour le Groupe Pierre & Vacances un axe de développement complémentaire et rentable.

28 septembre

Ouverture du
3^e Center Parcs
en France



Après vingt-quatre mois de chantier, le troisième Center Parcs français – le **Domaine du Lac d'Ailette** dans l'Aisne – a accueilli ses premiers clients individuels le 28 septembre 2007. Le chantier a mobilisé une quarantaine d'entreprises françaises et européennes dont un quart est originaire de Picardie. De 600 à 1 500 ouvriers ont participé à la conduite de cette réalisation. Pour assurer l'exploitation du site au quotidien, près de 650 emplois ont été créés, les candidatures locales ayant été privilégiées.

TROIS POINTS CLÉS

1

UNE AMBITION INTERNATIONALE FORTE

Le Groupe Pierre & Vacances a fait de l'international l'un de ses axes stratégiques et développe de nombreux projets en Europe et en Méditerranée. Pierre & Vacances renforce sa présence sur ses principaux marchés européens, en développant de nouveaux canaux de distribution (Internet, bureaux commerciaux).

2

UNE OFFRE TOUJOURS PLUS RICHE

Grâce notamment au développement de Center Parcs, à des acquisitions ciblées (Les Senioriales, Sunparks) et à des partenariats avec de grands opérateurs (Euro Disney, Accor), Pierre & Vacances enrichit en permanence son offre, en restant fidèle au double métier qui fait son succès : immobilier et tourisme.

3

UN ENGAGEMENT ACTIF DANS LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

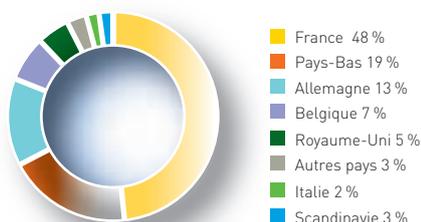
Le Groupe Pierre & Vacances positionne le développement durable au cœur de sa stratégie. Sur les trois prochaines années, un plan d'action va être déployé. Il s'articulera autour de trois grands axes – la préservation des ressources naturelles, la lutte contre le changement climatique et l'implication de ses salariés, fournisseurs, partenaires et clients – et l'ensemble des filiales du Groupe seront concernées.

stratégie

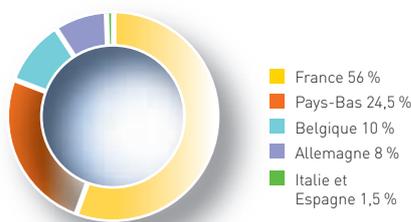
Le Groupe Pierre & Vacances a réalisé en 2006/2007 deux opérations importantes de croissance externe avec l'acquisition de Sunparks en Belgique et des Senioriales. Il a également noué un partenariat avec Accor sur le marché en forte croissance des résidences urbaines. Avec la poursuite de sa croissance organique, de nombreux projets immobiliers et touristiques en cours de finalisation (notamment la création de deux nouveaux Center Parcs) et une politique de prospection foncière active, le Groupe confirme la solidité et le dynamisme de son modèle.



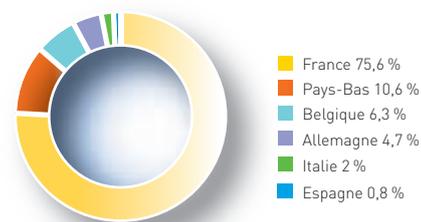
Répartition du chiffre d'affaires de location du Groupe par origine de clientèle



Répartition du chiffre d'affaires touristique par destination



Répartition du parc exploité par destination au 30/09/2007 (en nombre d'appartements)



Total parc exploité : 48 274 appartements

UN EXERCICE DE CROISSANCE

Le Groupe Pierre & Vacances a renforcé ses acquis de 2005/2006, avec une croissance de 14,2% de son résultat net courant. Il a de plus renoué avec la croissance externe en réalisant deux acquisitions importantes. Le chiffre d'affaires de location des marques Pierre & Vacances, Maeva, Résidences MGM, Hôtels Latitudes a augmenté de 4,3% à périmètre constant. L'année a notamment été marquée par une progression de la vente directe en France et à l'étranger : les ventes sur Internet ont ainsi augmenté de 52% et représentent désormais 14% du chiffre d'affaires. Autre fait marquant : le chiffre d'affaires réalisé avec des clients étrangers a augmenté de 2%, portant à 29% la part de ces clients dans le chiffre d'affaires des activités touristiques du Groupe. Center Parcs Europe a également connu une année de croissance, avec un chiffre d'affaires de location à + 2,7%. Les ventes directes par Internet ont considérablement progressé, + 68%. Elles représentent désormais 35,5% du chiffre d'affaires de Center Parcs Europe. Quant à l'activité immobilière du Groupe, elle a enregistré une augmentation de 14,2%.

PIERRE & VACANCES,
MAEVA, RÉSIDENCES MGM,
HÔTELS LATITUDES



Séduire et fidéliser à l'international

Le Groupe a renforcé en 2006/2007 son dispositif de commercialisation vers les clients étrangers. Il dispose désormais d'un catalogue et d'un site portail Internet en cinq langues et s'est doté des ressources nécessaires pour animer ces sites : webmasters locaux, responsables trafic et mise en ligne de brochures. Des bureaux de vente ont également été implantés et/ou renforcés, en Allemagne, Italie, Belgique, Espagne et Scandinavie. Enfin, pour améliorer la lisibilité et la notoriété de son offre partout en Europe, le Groupe a créé une marque ombrelle, « P&V, le meilleur de la location vacances », utilisée exclusivement pour les marchés internationaux.

LES FAITS MARQUANTS DE 2007

Deux ouvertures majeures

- > La résidence urbaine Paris Tour Eiffel
- > Le village Center Parcs de l'Ailette dans l'Aisne

Deux acquisitions stratégiques

- > Les Senioriales
- > Les villages Sunparks en Belgique

LES RÉSIDENCES URBAINES, UN MARCHÉ D'AVENIR



Le marché des résidences urbaines de tourisme destinées à une clientèle d'affaires est en plein essor. La demande pour des moyens et longs séjours urbains associant à la fois le confort d'un logement et les services hôteliers à la carte est en croissance.

Un partenariat avec Accor

Les groupes Pierre & Vacances et Accor ont décidé, en février 2007, de créer une joint-venture pour développer un réseau de résidences urbaines 3 et 4 étoiles en Europe. La Commission européenne ayant délivré son autorisation le 5 juillet 2007, les deux partenaires ont lancé en octobre leur marque européenne commune : Adagio City Aparthotel. Ce partenariat marque le rapprochement de deux leaders qui possèdent des expertises complémentaires. Pierre & Vacances gère déjà 16 résidences urbaines en Europe, Accor apporte son réseau international, tant en développement qu'en gestion. Trois ouvertures sont programmées en 2008 : Montrouge, Annecy et Paris Opéra. De nouvelles résidences verront le jour en 2009 : Bruxelles et Nantes. D'ici à cinq ans, les deux partenaires ambitionnent de porter leur parc à 50 résidences urbaines.

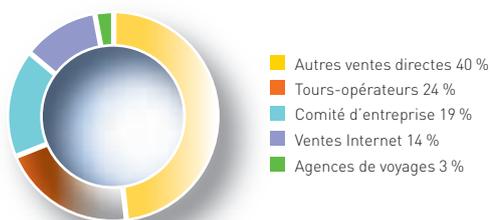
NOUVELLE ÉTAPE POUR LE PROJET DE VILLAGES NATURE PIERRE & VACANCES/EURO DISNEY

En 2006/2007, le projet de Villages Nature développé conjointement par Pierre & Vacances et Euro Disney a franchi une nouvelle étape avec la lettre d'intention signée entre les pouvoirs publics et les deux partenaires, confirmant l'intérêt et le soutien porté à ce projet par l'État, en concertation avec les collectivités locales. Le concept touristique inédit des Villages Nature est axé sur l'harmonie entre l'homme et la nature. Sur un domaine de 520 hectares situé à 6 kilomètres des parcs Disney, ce projet comporte plusieurs villages complémentaires associant les thèmes de l'eau, de la terre et de la forêt. Sa capacité d'accueil totale sera de 20 000 à 25 000 personnes. La première phase s'étendrait sur 183 hectares avec 2 300 appartements et maisons, ainsi que des équipements de loisirs. Une première tranche de construction pourrait être lancée en 2010.

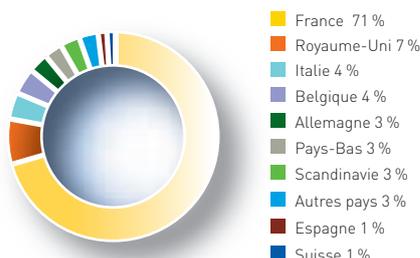
DES AMBITIONS INTERNATIONALES FORTES

Le développement international est un axe stratégique pour le Groupe, avec deux pays cibles : l'Espagne et le Maroc. En Espagne, un nouveau projet de 275 appartements a été signé en 2007 à Port Aventura. Dès que les conditions de marché le permettront, le Groupe ambitionne de renforcer son développement dans la péninsule. Au Maroc, le Groupe, qui commercialise déjà sous la marque Pierre & Vacances une résidence de 80 appartements à la Palmeraie (Marrakech), a pour objectif de développer l'ensemble de ses marques touristiques loisirs et les résidences urbaines. Le business plan stratégique sera finalisé en 2008.

Répartition du chiffre d'affaires de location de Pierre & Vacances, Maeva, Résidences MGM, Hôtels Latitudes par canal de distribution



Répartition du chiffre d'affaires de location de Pierre & Vacances, Maeva, Résidences MGM, Hôtels Latitudes par origine de clientèle



CENTER PARCS EUROPE

Accroître encore l'efficacité commerciale

L'objectif prioritaire est le développement des ventes sur Internet. En 2005/2006, ce canal représentait 22 % du chiffre d'affaires, en 2006/2007, 35,5 % [42 % à la fin 2007]. L'objectif est d'atteindre 50 % à la fin 2008. L'activité B to B a également connu une année de croissance. Enfin, la politique « Early Bird » a été poursuivie avec succès, favorisant les clients qui réservent leur séjour très en amont.

Une acquisition importante en Europe du Nord

Le Groupe Pierre & Vacances a conclu, en avril 2007, l'acquisition du groupe belge Sunparks, portant sur l'exploitation et les actifs immobiliers de quatre villages de type Center Parcs de catégorie 3/4 étoiles situés sur la côte belge, dans les Ardennes et en Campine. Ces quatre villages comptent 1 686 cottages et 50 chambres d'hôtel, ainsi que de nombreux équipements de loisirs. En 2006, Sunparks a accueilli 450 000 clients et commercialisé ses séjours à 80 % en direct. Avec cette acquisition, Center Parcs se renforce sur le marché belge. Les villages Center Parcs ayant été repositionnés en 5 étoiles, la marque Sunparks sera conservée pour l'offre 3/4 étoiles et utilisée pour le développement de villages en Europe du Nord. Cette acquisition a été entièrement refinancée grâce à la cession des murs en septembre 2007 à Foncière des Murs. Les efforts du Groupe en 2007/2008 porteront notamment sur l'accroissement des performances de Sunparks (rentabilité et taux d'occupation).

Une offre enrichie

Center Parcs développe son offre. Des extensions ont été lancées en 2006/2007, avec une première phase de 330 cottages à Bispinger Heide, Het Heijderbos, De Kempervennen et aux Hauts de Bruyères. De nouveaux villages sont projetés : en Moselle, en Rhône-Alpes et en Allemagne. Sur le segment des 3 et 4 étoiles, outre le montant de 20 millions d'euros d'investissement de rénovation pour les villages Sunparks, une extension des villages

de De Haan et Butjadinger Küste est programmée. Enfin, le développement d'un nouveau village Sunparks est à l'étude.

ACTIVITÉS IMMOBILIÈRES

Une croissance organique soutenue

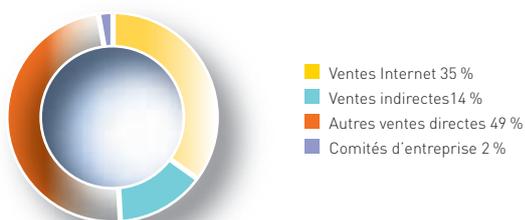
Au cours de l'exercice 2006/2007 ont été livrés deux programmes majeurs : le village Center Parcs de l'Ailette et la résidence urbaine Paris Tour Eiffel. Pour 2007/2008, 650 appartements devraient être réalisés, dont 350 en neuf et 300 en rénovation. Les équipes mènent une prospection active pour générer une nouvelle offre immobilière pour les prochains exercices.

Par ailleurs, l'activité immobilière bénéficiera principalement de la commercialisation à des particuliers des cottages du futur Center Parcs en Moselle.

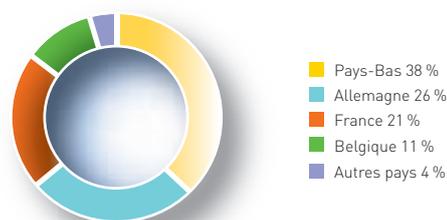
Se développer par croissance externe

Pierre & Vacances a acquis, en mai 2007, Les Senioriales. Cette société de promotion immobilière est spécialisée dans les résidences non médicalisées destinées aux seniors actifs. Le concept des Senioriales répond à trois attentes spécifiques de cette clientèle : confort (des maisons de plain-pied avec des aménagements adaptés : volets électriques, climatisation, terrasse...), sécurité (gardien régisseur, portail d'entrée électrique, caméra, interphone) et convivialité (club house, animations). Les maisons sont vendues en pleine propriété, sans exploitation du promoteur. 9 résidences Senioriales sont déjà réalisées en France, 11 sont en cours de commercialisation et 11 autres, à l'étude. Pour 2007/2008, 370 appartements devraient être réalisés. Avec cette acquisition, le Groupe Pierre & Vacances s'enrichit d'un nouveau savoir-faire sur un marché en forte croissance (plus de 800 000 nouveaux seniors chaque année). L'étude en cours sur l'ouverture de ce concept au marché locatif pourrait constituer l'un des axes de développement de la marque Les Senioriales sur les prochaines années.

Répartition du chiffre d'affaires de location de Center Parcs Europe par canal de distribution

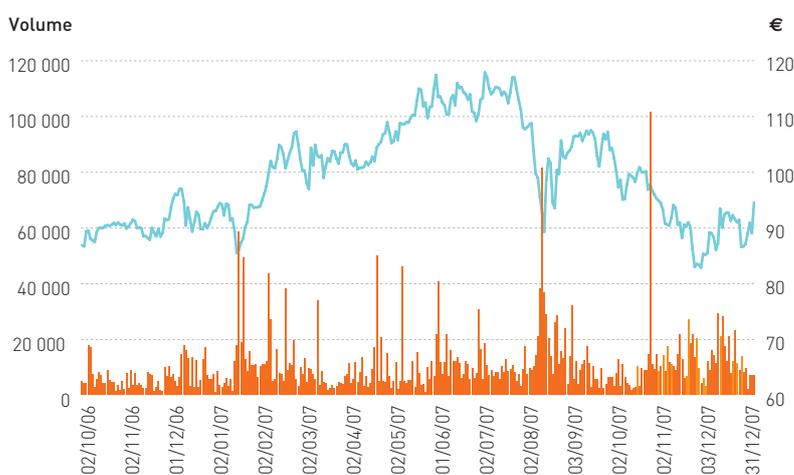


Répartition du chiffre d'affaires de location de Center Parcs Europe par origine de clientèle



pierre et vacances en bourse

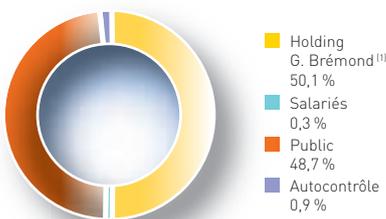
Depuis son introduction en juin 1999 à 17 euros, l'action Pierre & Vacances a été multipliée par cinq. Le dividende proposé à l'Assemblée Générale au titre de l'exercice écoulé s'élève à 2,70 euros.



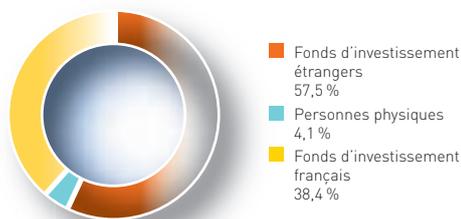
Évolution du cours de Bourse depuis le 1^{er} octobre 2006

Les bonnes performances opérationnelles et financières de Pierre & Vacances renforcées par l'annonce des acquisitions des groupes Sunparks (19 avril 2007) et Les Senioriales (16 mai 2007), ont permis au titre de s'apprécier jusqu'à un point haut de 118,0 euros le 31 mai 2007. Après une période de stabilisation entre 110 et 118 euros, le cours a été affecté à partir du mois d'août par les effets de la crise du « subprime » aux États-Unis puis à partir du mois de novembre par la crise sur les marchés qui a touché l'ensemble des valeurs moyennes. Le titre a atteint un point bas à 81,88 euros le 21 novembre 2007. La publication d'un résultat opérationnel courant sur l'exercice 2006/2007 de 105,2 millions d'euros, en croissance de 7,8%, la croissance des réservations touristiques pour la saison hiver ainsi que le rythme très élevé des réservations sur les programmes immobiliers en cours de commercialisation, ont permis de confirmer la capacité de croissance du Groupe. Capacité reconnue par le consensus de recommandations boursières des analystes financiers à acheter le titre Pierre & Vacances.

Répartition du capital

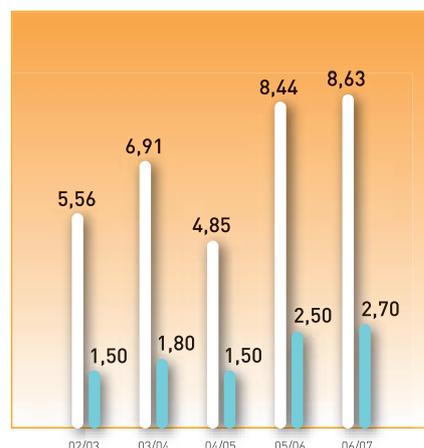


Répartition du flottant par catégorie d'investisseur



[1] Gérard Brémont a 66,62 % des droits de vote.

Évolution du résultat net part du Groupe par action et du dividende (en euros)



□ Résultat net part du Groupe par action
■ Dividende

Exercices 2002/2003 et 2003/2004 en normes françaises.
Exercices 2004/2005 à 2006/2007 en normes IFRS.

LE TITRE PIERRE & VACANCES

Place de cotation

Euronext Paris, compartiment B
introduction à 17,00 euros le 11 juin 1999

Présence dans les indices

SBF250, CAC Mid 100

Codes

Euroclear : 7304
ISIN : FR0000073041
Reuters : PVAC.PA
Bloomberg : VAC.FP

Au 31 décembre 2007

Capitalisation boursière

833 millions d'euros

Nombre de titres en circulation

8810911

Nombre de droits de vote

13247055

information des actionnaires



Un dialogue permanent avec les actionnaires

Le Groupe Pierre & Vacances communique de façon régulière sur ses activités, sa stratégie et ses perspectives, auprès de ses actionnaires individuels ou institutionnels et, plus largement, de la communauté financière.

DES SUPPORTS D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION PERFORMANTS

Toutes les publications du Groupe (communiqués, rapports annuels, présentations annuelles et semestrielles...) sont disponibles sur simple demande. Le site Internet du Groupe (<http://groupe.pierreetvacances.com>) permet aux internautes de s'abonner aux alertes e-mails pour recevoir l'actualité et de télécharger toutes les publications du Groupe depuis son introduction en Bourse, la liste des analystes qui suivent le titre Pierre & Vacances ainsi que le cours de Bourse en temps réel.

UN ENGAGEMENT DE TRANSPARENCE ET DE QUALITÉ

Dans le but d'informer de façon régulière la communauté financière, le Groupe Pierre & Vacances répond aux questions des analystes financiers, des journalistes et des investisseurs institutionnels et particuliers.

Le Groupe poursuit ses efforts de marketing auprès des investisseurs institutionnels. Au cours de l'exercice écoulé, les dirigeants du Groupe ont ainsi rencontré plus de 160 investisseurs à l'occasion de roadshows en France et à l'étranger (Royaume-Uni, Pays-Bas, Allemagne, Suisse et États-Unis).

Par ailleurs, le Groupe Pierre & Vacances a organisé, pour les analystes financiers et les journalistes de la presse économique et financière, des visites de la résidence Paris Tour Eiffel, le 22 mai 2007, et du Center Parcs le Domaine du Lac d'Ailette, à l'occasion de son inauguration le 22 septembre 2007.

AGENDA 2007/2008

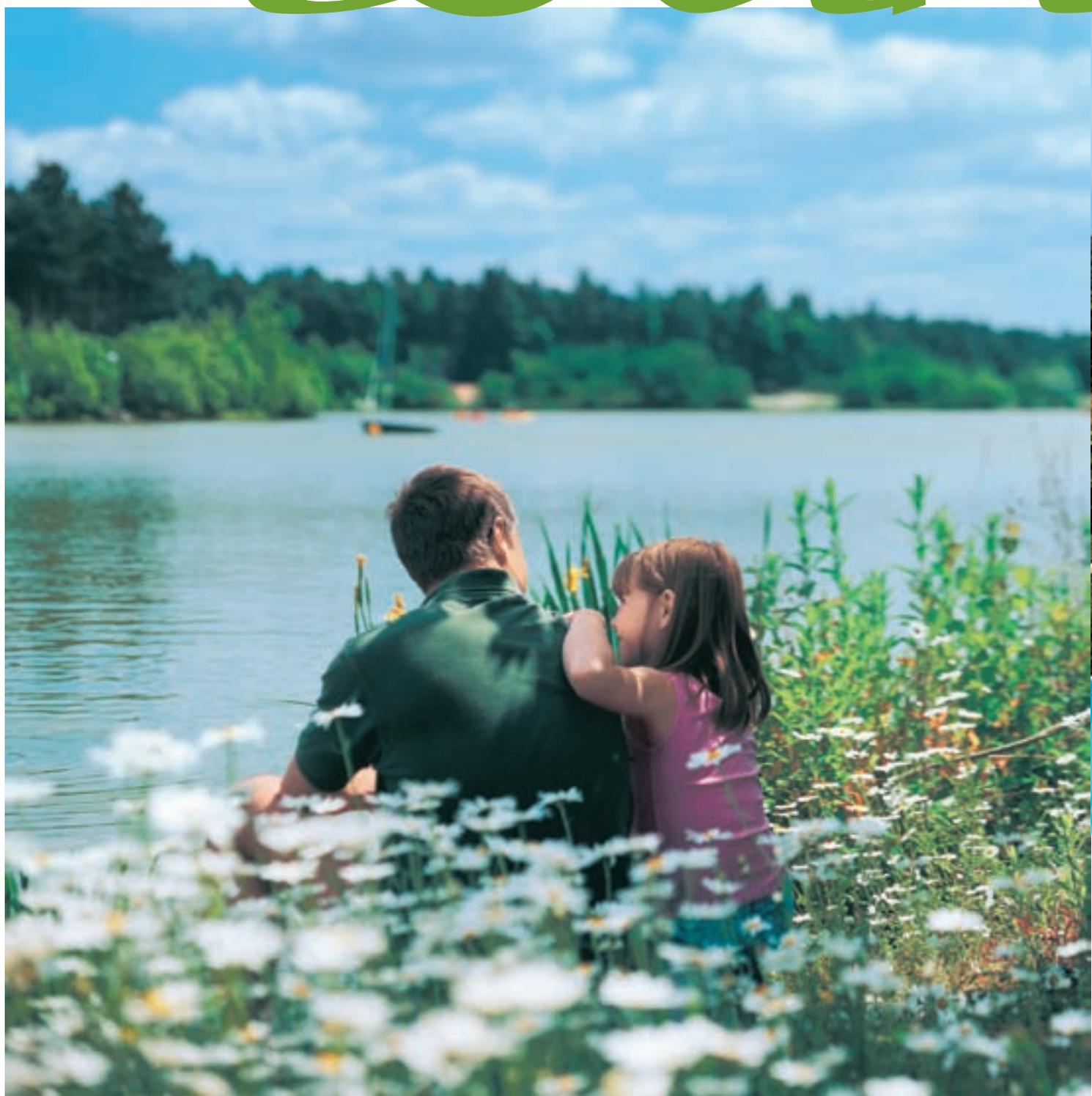
- Informations financières
1^{er} trimestre 2007/2008
17 janvier 2008
- 2^e trimestre 2007/2008
17 avril 2008
- 3^e trimestre 2007/2008
17 juillet 2008
- 4^e trimestre 2007/2008
16 octobre 2008
- Assemblée Générale Annuelle
14 février 2008
- Résultats du 1^{er} semestre 2007/2008
29 mai 2008
- Résultats de l'exercice 2007/2008
4 décembre 2008

<http://groupe.pierreetvacances.com>

CONTACT

Sophie Machino
Responsable Relations Investisseurs
11, rue de Cambrai – 75019 Paris
infofin@pierre-vacances.fr
Tél. : +33 (0)1 58 21 53 72
Fax : +33 (0)1 58 21 54 10

towni



sme



- 16 PIERRE & VACANCES ET
ADAGIO CITY APARTHOTEL
- 18 MAEVA
- 20 RÉSIDENCES MGM
- 21 HÔTELS LATITUDES
- 22 CENTER PARCS
ET SUNPARKS



SIGNES PARTICULIERS

Activité

Location d'appartements ou de maisons entièrement équipés en Résidences (66 %) ou en Villages de vacances (34 %).

Répartition géographique du parc au 30 septembre 2007

France métropolitaine : 96
Antilles françaises : 2
(Guadeloupe et Martinique)
Espagne : 2
Italie : 8



Pierre & Vacances

se redécouvrir

LIBERTÉ, STANDING, SÉCURITÉ, SERVICE ET PLAISIR

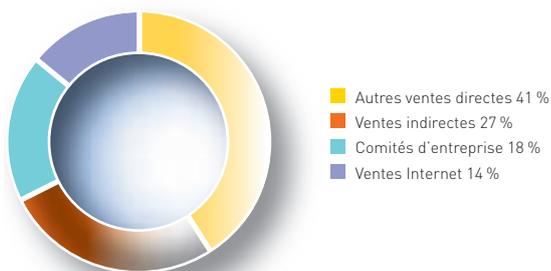
PIERRE & VACANCES CITY DEVIENT ADAGIO CITY APARTHOTEL



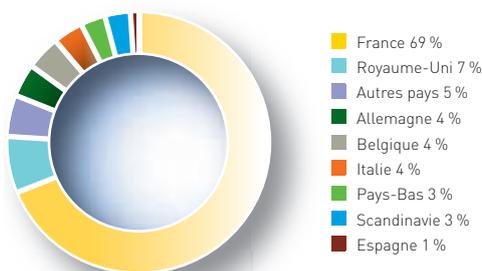
En février 2007, Pierre & Vacances et Accor créaient une joint-venture pour développer un réseau de résidences urbaines en Europe et en devenir le leader. Situées dans de grandes métropoles européennes, les résidences de 80 à 140 appartements, de catégorie 3 ou 4 étoiles, proposent des séjours affaires ou loisirs de moyenne à longue durée (de 4 nuits à plusieurs mois). Conçu pour vivre comme chez soi, loin de chez soi, chaque appartement dispose d'une cuisine entièrement équipée, d'un salon, d'une salle de bains, de nombreux rangements, d'un bureau équipé (téléphone direct, prise Internet ou Wi-Fi) et de la télévision avec accès aux chaînes câblées. Des services parking, petit déjeuner, pressing, laverie et ménage quotidien y sont également proposés. Le parc est composé aujourd'hui de

16 aparthotels, implantés à Paris, Aix-en-Provence, Marseille, Monaco et Rome, soit 2300 appartements. Le dernier-né, Paris Tour Eiffel, a été inauguré le 20 mars 2007. 375 appartements répartis dans les 32 étages offrent une vue splendide sur Paris. Par son emplacement exceptionnel autant que par son standing, la résidence Paris Tour Eiffel est le fleuron d'Adagio City Aparthotel dans la capitale.

Répartition du chiffre d'affaires de location par canal de distribution



Répartition du chiffre d'affaires de location par origine de clientèle



LES NOUVELLES RÉSIDENCES

5 nouvelles résidences (dont 2 en Espagne) et un village sont venus compléter l'offre Pierre & Vacances l'été dernier : le nouveau village de Branville (217 appartements et 50 maisons en Normandie), la « Résidence de la Plage » au Crotoy (75 appartements et 12 maisons), « Le Clos d'Eguisheim » à Eguisheim en Alsace (98 appartements), « Soko Eder » à Ciboure dans le Pays Basque (116 appartements), et en Espagne les résidences « Villa Birdie » à Torremiróna (75 appartements) et « Marisma Club » à El Rompido (305 appartements).

En 2007, Pierre & Vacances fête ses 40 ans. La marque historique du Groupe cultive les valeurs de liberté, standing, sécurité, service et plaisir. Pierre & Vacances, ce sont deux styles de vacances distincts : les Résidences et les Villages de vacances. Dans les villages, au cœur d'un site piétonnier, les résidents trouvent tout à portée de main, avec un choix très complet d'équipements de loisirs et d'activités. Adaptés aux familles, les villages sont le royaume des enfants : ceux-ci y sont accueillis dans les Clubs Enfants dès 3 mois. Les résidences, c'est la liberté de choisir un programme, d'organiser ses loisirs sans contrainte. Implantées dans des sites de renom, elles constituent une base idéale pour partir à la rencontre des richesses d'une région et de son patrimoine.

PRÈS DE 3 500 APPARTEMENTS RÉNOVÉS DEPUIS 4 ANS

Pour l'hiver 2006/2007, Pierre & Vacances poursuit son programme de rénovations sur les plus grands domaines skiables. Quatre résidences, soit plus de 300 appartements ont été entièrement rénovés et agrandis : « Les Balcons de Belvedere » à Val-d'Isère, « L'Ours Blanc Privilège » à l'Alpe-d'Huez, « Les Néréides » à Belle Plagne et « Les Crêts » et « Les Sentiers du Tueda » à Méribel-Mottaret.

ÉTÉ 2007 : TOUJOURS PLUS POUR LES ENFANTS

Seize résidences mer (recommandées par les enfants !), dix villages et cinq résidences montagne ont équipé leurs appartements avec un grand nombre de produits et d'accessoires indispensables à la vie quotidienne des bébés : lit, chaise haute, transat, table à langer, chauffe-biberon, poussette, baignoire... Des activités « Planète Attitude » à destination des clubs pour enfants ont été organisées en partenariat avec le WWF sur l'ensemble des villages Pierre & Vacances pour apprendre en s'amusant et développer les écogestes. En 2005, Pierre & Vacances ouvrait son premier SpOt, espace dédié aux adolescents et équipé de table de mixage, grand écran, jeux vidéo, piste de danse, ordinateur, Internet haut débit. Depuis, dix villages disposent de ce véritable QG, ouvert le soir pendant les vacances scolaires.



**ADAGIO CITY APARTHOTEL,
UNE IDENTITÉ PROPRE**

Le 3 octobre 2007, les deux groupes ont lancé la marque Adagio City Aparthotel et dévoilé son nouveau logo. Par sa fluidité et son harmonie, le nom Adagio renvoie aux notions rassurantes et confortables de l'offre. À fort impact signalétique, le logo combine des formes géométriques pures : le cercle dans le carré indique un point de repère dans la ville, traduisant à la fois une impression de stabilité et un sentiment de cocon. Les couleurs symbolisent quant à elles toute l'énergie de la ville : en rythme, en mouvement permanent.





SIGNES PARTICULIERS

Activité

Location d'appartements équipés, du studio au 3 pièces, au centre ou à proximité des grandes stations touristiques et des animations sportives et de loisirs locales.

Répartition géographique du parc au 30 septembre 2007

À la mer : 101

À la montagne : 65

En Espagne : 14



maeva

partager bien plus que des vacances

PARTAGE, OUVERTURE, LIBERTÉ, SIMPLICITÉ ET DÉCOUVERTE

LES NOUVELLES RÉSIDENCES

En 2006/2007, trois nouvelles résidences sont venues compléter l'offre Maeva en France « Antarès » à Avoriaz, « les Issambres » et « Le Palais de la Marine » à Villefranche-sur-Mer.

En Espagne, Maeva a augmenté son parc de 50 % avec quatre nouvelles résidences : « Cap Roig » à l'Ampola-Costa Dorada, « Residencial La Sella » à Denia-Costa Blanca, « La Manga Residencial » et « Vistamar » à La Manga-Costa Calida.



Depuis sa création, Maeva a cultivé ses valeurs d'ouverture, de partage et de convivialité, chères à ses clients et en phase avec leur état d'esprit actuel.

Ces valeurs fondamentales sont aujourd'hui le socle du positionnement de la marque. Partant du constat que les vacances sont un moment privilégié qui fait la part belle aux loisirs et à la découverte, Maeva décline cet état d'esprit autour d'une promesse : « partagez bien plus que des vacances ».

Différentes formules de séjours sont accessibles : à la semaine, en courts séjours à partir de deux nuits, en longs séjours avec réduction ou encore les séjours à la carte avec une liberté dans le choix des dates d'arrivée et de départ.

NOUVEAU CRITÈRE DE CLASSIFICATION : L'ANIMATION

Dès l'été 2007, afin de mieux répondre aux envies de ses clients en matière d'activités ludiques, sportives ou culturelles, Maeva a clarifié son offre en proposant deux solutions de vacances : en Résidence ou en Résidence Club avec animations.

L'animation devient ainsi un élément clé de l'offre Maeva et un nouveau critère de classification. Les Résidences Club proposant des clubs pour enfants, animations ados et animations adultes en journée et en soirée sont classées ♥♥♥♥ et toutes les prestations sont incluses dans le prix de la location.

POURSUITE DE LA POLITIQUE DE RÉNOVATION

Depuis quatre ans, Maeva met en œuvre un programme de rénovation d'envergure afin d'homogénéiser son offre de location. L'objectif est de mettre en avant l'identité de la marque en concevant ses appartements comme de vrais espaces de convivialité.

Simplicité et efficacité sont célébrées par une décoration fraîche et moderne avec des touches de couleurs acidulées, des formes épurées, ainsi qu'un aménagement fonctionnel et astucieux.

Pour la saison hiver 2006/2007, cinq résidences (468 appartements) à la montagne et quatre résidences (348 appartements) à la mer ont été rénovées : « Le Pédrou » à Font-Romeu, « Le Montana » à La Mongie, « La Daille » à Val-d'Isère, « Le Mont d'Arbois » à Megève, « Le Peillon » à Méribel, « La Corniche de la Plage » à Bénodet, « Les Embruns » à Deauville, « Les Palmiers » à Nice et « La Rostagne » à Antibes – Juan-les-Pins.

Pour l'été 2007, six programmes de rénovation ont été menés en bordure de Méditerranée : « Les Villages du Soleil » et « Le Domaine de l'Estajan » en Camargue, « Les Platanes » à Sainte-Maxime, « Promenade des Bains » à Saint-Raphaël, « Cannes Verrerie » à Cannes et « Les Agaves » à Cavalaire-sur-Mer.

LES NOUVELLES ACTIVITÉS

En 2006/2007, la marque a enrichi sa palette d'activités. Ainsi, pour l'hiver 2006/2007, Maeva a proposé des balades accompagnées en raquettes en demi-journée sur la thématique « découverte de l'environnement ». Cinq clubs pour enfants supplémentaires ont été ouverts à la montagne, soit sept destinations au total. Ils accueillent les enfants de 3 mois à 16 ans.

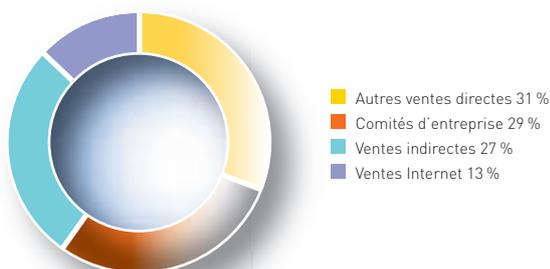
À la mer, Maeva a renforcé son offre de thalassothérapie avec le lancement de nouvelles cures de 2, 3, 5 ou 6 jours à Bénodet, en Camargue, à La Baule, à Saint-Jean-de-Luz et Urrugne. Dans le catalogue hiver 2006/2007, 13 destinations thalassothérapie étaient disponibles.



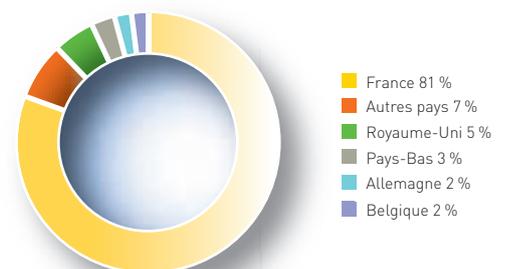
DES SERVICES COMPLÉMENTAIRES

Pour l'hiver 2006/2007, de nouveaux services viennent compléter l'offre Maeva, tels que la location du matériel de ski lors de la réservation des vacances ou encore le service SMS permettant d'avertir les clients quand leur appartement est prêt et facilitant ainsi leur arrivée.

Répartition du chiffre d'affaires de location par canal de distribution



Répartition du chiffre d'affaires de location par origine de clientèle





SIGNES PARTICULIERS

Activité

Location d'appartements, du 2 pièces au 5 pièces dans des résidences de prestige.

Répartition géographique du parc au 30 septembre 2007

10 destinations : Chamonix, Les Carroz-d'Arâches, Les Houches, Arc 1800, Aime-la-Plagne, Tignes Val Claret, Pralognan-la-Vanoise, Méribel Village, Les Menuires et Val-d'Isère



l'authenticité, le confort et vous

PRESTIGE, AUTHENTICITÉ, QUALITÉ, EXCLUSIVITÉ, ESPACE ET BIEN-ÊTRE

Symbole de la location haut de gamme à la montagne, les Résidences MGM sont implantées dans les stations les plus réputées des Alpes françaises. Privilégiant les vacances sous le signe de la détente et du bien-être, elles réinventent l'art de vivre à la montagne, fait d'authenticité, de chaleur et de raffinement, et propose des séjours au cœur de chalets savoyards traditionnels.

DES SÉJOURS SUR MESURE, L'ESPRIT LIBRE

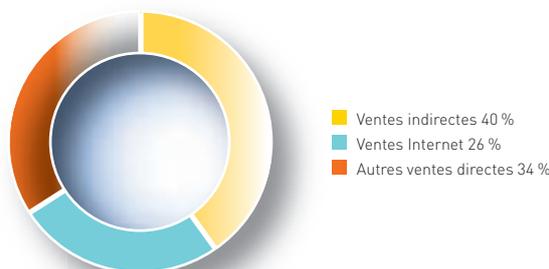
Des courts séjours de deux à six nuits sur l'ensemble des destinations offrent la possibilité de réserver à la dernière minute et d'arriver le jour de son choix. Pour permettre à ses résidents de se consacrer pleinement à leurs loisirs, les Résidences MGM assurent des prestations de qualité et se chargent de réserver des services à l'avance : les forfaits de remontées mécaniques, le matériel de ski en partenariat avec SkiSet et les cours de ski, adaptés à chaque niveau, donnés par l'École du ski français à des tarifs préférentiels.

UNE OFFRE ET UNE QUALITÉ DE SERVICE ENRICHIES

Afin de répondre à cette exigence de qualité qui fait la singularité des Résidences MGM, la majorité des résidences bénéficient de services personnalisés. Grande nouveauté pour la saison été 2007, en plus des espaces « bien-être » déjà existants dans six résidences, Résidences MGM s'est associée à la marque Algotherrm®, spécialiste du bien-être et de la cosmétique marine pour proposer des espaces « Spas by Algotherrm ». Algotherrm® a imaginé une quinzaine de soins visage et corps sur les

thématiques « Beauté et santé », « Sérénité et pure relaxation » et « Spécifiques sportifs », des massages aux pierres chaudes, des gommages aux produits naturels. Ils sont proposés à la carte, en forfait découverte ou en forfait thématique dans les résidences de Chamonix, Les Carroz-d'Arâches et Méribel Village. Gastronomie sur commande : à Aime-la-Plagne, Chamonix et Méribel Village, Résidences MGM a mis en place, du dimanche au vendredi, un service traiteur. Commandés la veille, des plats traditionnels ou savoyards à la carte proposés par des prestataires de qualité sont livrés directement à l'appartement, le lendemain. Un service boulangerie, disponible sur l'ensemble des résidences permet de se faire livrer, sur simple commande à la réception, des viennoiseries. Enfin, pour les arrivées avant 17 heures, un service SMS prévient de la disponibilité de l'appartement. Les résidents attendent dans les meilleures conditions la mise à disposition de leur appartement et en profitent pour découvrir la station ou louer leur matériel de ski.

Répartition du chiffre d'affaires de location par canal de distribution





SIGNES PARTICULIERS

Activité

Une hôtellerie de loisirs
3 et 4 étoiles, à la mer,
à la montagne et en ville.

Répartition géographique du parc au 30 septembre 2007

6 à la mer : Pornichet, Deauville,
Trouville, Cap Esterel, Grimaud
et Valescure

4 à la montagne : Arc 1800,

Les Menuires, Méribel et Val-d'Isère.

1 en ville : Toulouse



des hôtels comme vous les aimez

STANDING, DIVERSITÉ, CONFORT, DÉTENTE ET SOUPLESSE

Implantés dans des destinations attractives, à la ville, à la mer comme à la montagne, les 11 hôtels de la marque proposent des séjours de vacances, des voyages d'affaires ou des week-ends d'évasion. Au-delà du charme de l'architecture, du haut niveau de confort et de la décoration, l'un des points forts de la marque est d'associer services hôteliers et loisirs intégrés selon les régions : restauration gastronomique, loisirs à la carte, espaces de vie pour se détendre ou encore stages de golf et cures de thalassothérapie et de balnéothérapie.

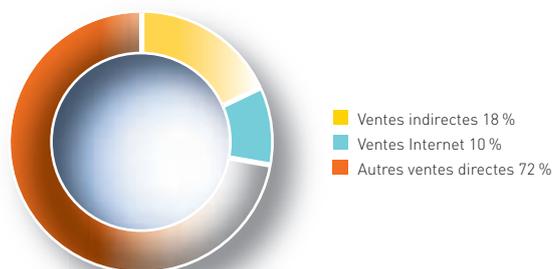
L'ESPRIT DE FAMILLE

Grâce à un hébergement en chambres doubles, triples, quadruples ou communicantes, à des activités sportives ou ludiques partagées ou spécifiques et à des prestations et services personnalisés, les Hôtels Latitudes conçoivent des séjours sur mesure adaptés aux familles classiques, monoparentales ou recomposées. Pour satisfaire les attentes de ces familles, les Hôtels Latitudes proposent à certaines périodes des tarifs avantageux.

FAITS MARQUANTS ET DÉVELOPPEMENT

L'Hôtel Latitudes Golf de Toulouse Seilh a fait l'objet d'une rénovation complète pour proposer des escales business et des séjours loisirs. L'ensemble de ses 116 chambres et 56 appartements a été rénové et redécoré : matières naturelles, bois cérusé, couleurs contemporaines, gravures et accessoires évoquant l'univers du golf et la vocation aérienne de la région traduisent la stratégie de montée en gamme de l'hôtel. Parallèlement, la marque Hôtels Latitudes poursuit d'importants travaux d'embellissement et de rénovation sur l'ensemble de ses hôtels afin de les doter de tous les équipements et services adaptés aux exigences d'aujourd'hui.

Répartition du chiffre d'affaires de location
par canal de distribution





SIGNES PARTICULIERS

Activité

Location de cottages de 4 à 12 personnes au cœur de domaines forestiers et de nombreux équipements sportifs et de loisirs.

Répartition géographique du parc au 30 septembre 2007

Pays-Bas : 8

France : 3

Belgique : 6 (dont 4 villages Sunparks)

Allemagne : 4

4 catégories de cottages

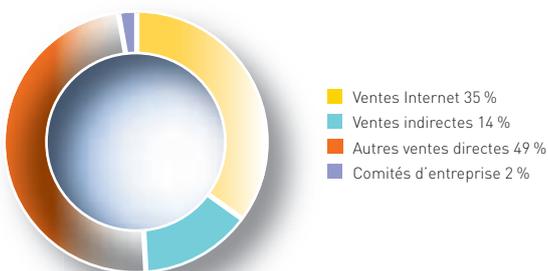
Confort, Premier, VIP et Style



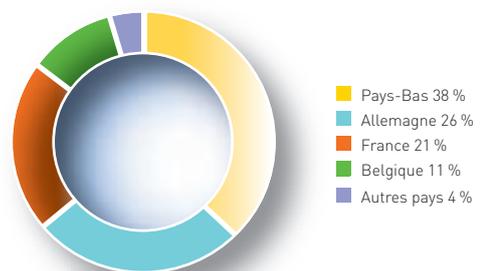
se retrouver naturellement

LE SPÉCIALISTE DES COURTS SÉJOURS EN PLEINE NATURE

Répartition du chiffre d'affaires de location par canal de distribution



Répartition du chiffre d'affaires de location par origine de clientèle



Créé en 1968 aux Pays-Bas, le concept de Center Parcs rencontre un véritable succès. Leader des courts séjours en France et en Europe, il repose sur cinq piliers : la nature, l'eau, les cottages, les loisirs et le service. Situés dans un environnement naturel et préservé, les domaines Center Parcs proposent des séjours « bien-être » dans des cottages confortables et spacieux, autour de multiples activités de détente et de loisirs. Grâce à des prestations de qualité, permettant des activités en toutes saisons, le taux d'occupation annuel dans les 17 domaines en Europe atteint 84 %.

INTERNET

Center Parcs continue de miser sur sa communication en ligne pour encourager les consultations et les réservations. La marque a développé un nouveau site doté d'un logiciel de préparation du séjour en ligne, et propose des contenus ciblés : les pages ludiques et les jeux sont très appréciés par les jeunes internautes. Depuis l'automne 2006, des offres « First Minute Deal » favorisent les réservations anticipées jusqu'à neuf mois et proposent des remises sur tous les séjours. Enfin, le premier trimestre 2007 voit le lancement d'un site Internet en imagerie virtuelle 3D couplée à la vidéo, intégrant 21 scènes de vie et des vues à 360° pour présenter en avant-première le Domaine du Lac d'Ailette.

LES NOUVEAUTÉS

Le Domaine des Bois-Francis et les villages de Port Zélande et Park Hochsauerland poursuivent un programme d'embellissement ou d'extension avec une montée en gamme des cottages. Center Parcs a entamé un travail de fond sur la qualité de son offre d'activités et de loisirs en Europe : les Aqua Mundo de Park Hochsauerland et du Domaine des Bois-Francis proposent désormais un arbre à eau. Autres innovations : l'ouverture d'une piste de glisse « Glide'n Slide » à Park Hochsauerland, d'un espace forme et beauté « Nature & Spa » qui propose soins et relaxation aux Bois-Francis et d'une piscine pour découvrir la vie aquatique et les fonds sous-marins à De Kempervennen, en partenariat avec le WWF.



LE DOMAINE DU LAC D'AILETTE, UN SITE INNOVANT ENTRE EAU ET FORÊT

Ouvert en septembre 2007, le dernier Center Parcs, situé dans l'Aisne, représente la plus importante réalisation touristique lancée en France depuis quinze ans. Entouré de 84 hectares de forêt et d'un lac de 140 hectares, le Domaine du Lac d'Ailette compte 800 cottages.

Les caractéristiques de ce domaine nouvelle génération sont multiples et innovantes. L'Aqua Mundo, espace aquatique de 7 500 m², dispose de 350 mètres de toboggans, quatre bains bouillonnants intérieurs et extérieurs, une rivière sauvage, une rivière douce et une piscine à débordement de 100 m² avec vue sur le lac et ses terrasses extérieures ainsi qu'une nouvelle attraction en Europe, l'arbre à eau, une plateforme de jeux aquatiques de 420 m² avec un seau déversant régulièrement en toute sécurité 900 litres d'eau sur les baigneurs.

Plus de 60 activités sont proposées aux grands ainsi qu'aux petits dont une base nautique, des équipements sportifs couverts, une aire de jeux intérieure de 1 000 m², baptisée « le Baluba », des Parcours de l'Aventure dans les arbres... Une activité a été créée pour les 4-12 ans, « Quand j'serai grand », programme ludique et pédagogique de mise en situation. Autre caractéristique majeure de ce domaine, son Centre de Congrès et Séminaires, de 2 000 m², composé de 22 salles dont 21 modulables, constitue le plus grand espace affaires de la marque en Europe.

SUNPARKS

Le groupe belge Sunparks détient et exploite dans les sites balnéaires de la mer du Nord, les Ardennes et la Campine, 4 villages 3 et 4 étoiles, soit 1 686 cottages et 50 chambres d'hôtel. Fréquentés par une clientèle familiale ou des groupes d'amis, les villages comptent de nombreux équipements comme un complexe sportif à ciel ouvert, un centre aquatique couvert baptisé l'Aquafun avec piscine à vague, toboggans, bains à bulles, un espace bien-être, le Thermae, le Kids World dédié aux loisirs des enfants mais également des services avec des restaurants et des supermarchés.

Sunparks
Villages de Vacances



imm





obilier



une synergie unique sur le marché

L'originalité du Groupe Pierre & Vacances repose sur la synergie de deux métiers : **l'immobilier et le tourisme**. Le Groupe répond ainsi à l'évolution de la demande de la clientèle par une politique dynamique de développement immobilier, tout en renforçant sa présence autour de ses différentes marques.



Le pôle immobilier est structuré en trois filiales : **Pierre et Vacances Développement (PVD), Pierre & Vacances Promotion Immobilière (PVPI), Pierre & Vacances Conseil Immobilier (PVCi)**.

Le Groupe dispose ainsi d'une filière qui maîtrise l'ensemble des métiers de l'immobilier, de l'authentification et la conception à la maîtrise d'ouvrage des projets jusqu'à leur commercialisation et la livraison clés en main aux exploitants du pôle tourisme. Cette organisation assure également une qualité et une homogénéité des produits au sein des différentes marques.

UNE APPROCHE RIGOUREUSE DU DÉVELOPPEMENT IMMOBILIER

Dans le cadre de son développement immobilier, Pierre & Vacances adopte des règles prudentielles strictes. Pour tout achat de terrain, des autorisations administratives définitives purgées de tout recours sont obtenues. Seuls les honoraires nécessaires à l'obtention des permis de construire sont alors engagés.

Pour les programmes neufs, les résidences sont vendues sur plans. Les travaux de construction sont lancés uniquement avec au minimum 60% d'appartements précommercialisés. Enfin, une garantie d'achèvement extrinsèque en faveur des acquéreurs, accordée par les banques, est systématiquement mise en place. Elle permet de régulariser les ventes chez le notaire avant l'achèvement de la construction et d'appeler les fonds pour financer les programmes.



LES SENIORS, UN SEGMENT DE MARCHÉ À FORT POTENTIEL

Pierre & Vacances a acquis, le 16 mai 2007, Les Senioriales, société spécialisée dans les résidences pour seniors actifs. Cette opération a permis au Groupe de renforcer sa position sur le marché de la promotion immobilière et de se développer sur un segment à fort potentiel : les seniors actifs et autonomes. Les Senioriales ont développé un concept novateur de résidences spécialisées, non médicalisées, de 60 à 70 logements vendus en pleine propriété.

Grâce à un accès facilité aux fonciers et des coûts de construction contrôlés, la société accélère fortement son développement : les Senioriales gèrent à ce jour neuf résidences dans le Sud de la France, onze villages de 50 à 80 logements sont en cours de réalisation ou de commercialisation, onze autres sont à l'étude. Pierre & Vacances met à la disposition de cette nouvelle filiale ses équipes du développement immobilier en France, mais aussi en Espagne et au Maroc.

L'acquisition des Senioriales constitue un axe de développement complémentaire et rentable pour le Groupe Pierre & Vacances. Sur un marché cible en forte croissance, l'expertise et la notoriété en matière de promotion immobilière de Pierre & Vacances permettront d'accélérer l'essor du produit Les Senioriales. Au-delà, grâce à cette acquisition qui lui ouvre un accès au marché des seniors, le Groupe Pierre & Vacances s'enrichit d'un nouveau savoir-faire qui contribuera également au développement de ses activités touristiques.

DEUX PRINCIPALES FORMULES DE VENTE

- La Propriété Financière Pierre & Vacances permet à l'investisseur de bénéficier d'un loyer annuel en numéraire garanti sur neuf ans.
- La Propriété avec séjours Pierre & Vacances offre la possibilité de cumuler des loyers garantis et des droits de séjours pour les vacances. Ces loyers sont nets de toute charge de copropriété courante et hors impôt foncier.

UN ENVIRONNEMENT FISCAL FAVORABLE

Dans plusieurs pays d'Europe, la réglementation encourage l'investissement dans des résidences de tourisme. Ainsi, en France, la fiscalité est avantageuse pour les acquéreurs. Ces derniers peuvent récupérer la TVA s'ils confient la gestion de leur bien à un exploitant unique, sous condition du classement en résidence de tourisme, de l'affectation à l'hébergement touristique, du contrat de location d'une durée minimale de neuf ans et de l'engagement de promotion touristique à l'étranger.

En Espagne, l'acquisition d'un appartement touristique Pierre & Vacances permet également la récupération anticipée de la TVA, ce qui rend l'investissement tout aussi attractif.

4 STATUTS FISCAUX

• La location en meublé non-professionnel (LMNP)

Les frais de notaire, la taxe foncière, les amortissements sur l'immobilier et le mobilier sont déductibles des loyers.

• La location en meublé professionnel (LMP)

Ce statut permet à l'investisseur, sous deux conditions (inscription au RCS et 23000 euros TTC minimum de recettes annuelles) :

- soit de créer ou de développer un patrimoine grâce à une épargne régulière, aux loyers et aux économies d'impôt générées par son statut ;
- soit de disposer de revenus réguliers.

Dans les deux cas, il bénéficie d'avantages fiscaux en matière de revenus défiscalisés à long terme, de plus-values, de transmission et d'ISF.

• Le dispositif fiscal de zone de revitalisation rurale (ZRR)

Celui-ci procure une réduction d'impôt de 25% du prix d'acquisition HT, soit 25000 euros pour un couple, étalée sur six ans. La réduction d'impôt est indépendante de la tranche d'imposition.

• Le crédit rénovation

L'acquisition d'un appartement destiné à la location et situé dans une résidence de tourisme permet de bénéficier, sous certaines conditions (logement achevé avant 1989) et dans certaines zones géographiques, d'une réduction d'impôt de 20% étalée sur six ans et calculée sur le prix de revient de l'appartement majoré des travaux dans la limite de 100000 euros pour un couple marié.

développement



durable



un plan d'actions stratégique pour un tourisme durable

Acteur majeur de l'immobilier de loisirs et du tourisme, le Groupe Pierre & Vacances accueille près de 7 millions de clients par an, compte plus de 15 000 collaborateurs en haute saison et est présent dans près de 250 destinations. À ce titre, il a l'ambition et la responsabilité de contribuer à préserver et à valoriser le patrimoine naturel et culturel des régions qui l'accueillent, d'amplifier la sensibilisation et l'éducation à l'environnement auprès de ses clients et d'insuffler, par son action, une dynamique positive visant à mobiliser les autres acteurs du tourisme et ses partenaires à s'engager à ses côtés dans cette démarche.



Pour mettre en œuvre cet engagement, chaque grande filiale du Groupe (Pierre & Vacances Promotion Immobilière, Pierre & Vacances Tourisme France et Center Parcs) s'est fixé des objectifs chiffrés à trois ans dans trois grands domaines :

- l'implication de ses salariés, de ses fournisseurs, de ses partenaires et de ses clients dans ses actions ;
- la lutte contre le changement climatique ;
- la préservation des ressources naturelles.

Dans un souci de continuité et de comparabilité, notre reporting social et environnemental s'organise de la même manière que l'année dernière. Une première partie reprend les progrès réalisés sur les cinq grands axes de notre politique environnementale, la seconde porte sur la politique sociale. Pour chaque axe de notre politique, les grands engagements validés dans le plan d'actions Groupe sont précisés. À partir du prochain exercice, la structure de la partie Développement Durable du rapport annuel sera adaptée pour permettre une communication précise et transparente sur l'avancée du plan d'actions. L'intégralité du plan d'actions est accessible en ligne sur le site Internet : <http://groupe.pierreetvacances.com/>.

PROGRESSION DE NOTRE POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE SUR 2006/2007

Engagements	Filières	Principaux projets 2006/2007	Progression
❶ Intégrer des préconisations environnementales dans la conception, la construction et la rénovation de nos sites	Immobilier	Réaliser un guide d'achat responsable de bois pour Pierre & Vacances avec une liste d'essences de bois proscrites ou autorisées sous condition d'une certification FSC	😊
		Former l'ensemble des responsables de programme à la RT* 2005	😊
		Promouvoir l'utilisation des énergies renouvelables sur les sites	😊
❷ Veiller à l'amélioration continue de la gestion environnementale des villages, résidences et hôtels en exploitation	Tourisme	Mettre en place un outil permettant le reporting d'indicateurs environnementaux de tous nos sites	😊
		Mener un état des lieux environnemental de l'ensemble des Hôtels Latitudes dans le cadre d'une opération pilote	😊
		Mettre en place un plan de sensibilisation et de formation sur la démarche environnementale sur les Hôtels Latitudes et déployer le plan d'actions	😊
		Identifier les investissements nécessaires aux actions prioritaires à mener sur les Hôtels Latitudes	😊
	Center Parcs	Poursuivre l'installation du système de thermostat et des ampoules basse consommation	😊
		Atteindre la certification ISO 14001 du nouveau site de l'Aisne, poursuivre et renforcer les actions visant l'optimisation de la gestion des énergies	😊
	Siège	Mettre en place le tri sélectif dans les bureaux au siège	😊
❸ Inciter chaque branche de l'entreprise à prendre des engagements avec des objectifs précis et mobiliser nos collaborateurs	Siège	Accompagner la mise en place du tri et d'un guide des écocgestes à faire au bureau	😊
		Apporter une information spécifique sur le développement durable dans les modules d'intégration des nouveaux salariés	😊
		Continuer les actions de sensibilisation des employés au siège	😊
		Augmenter la part de véhicules dans les classes A, B ou C pour atteindre au moins 30 % du parc automobile	😊
	Direction des achats	Établir des plans individuels par acheteur et mener des actions prioritaires en ce qui concerne : les emballages, les lessives mises à disposition dans les laveries, les produits jetables, le papier, les entreprises de blanchisserie, le mobilier	😊
	Direction des achats	Augmenter le nombre d'envois des questionnaires fournisseurs (pour atteindre un minimum de 10 % des fournisseurs couverts) et systématiser les envois à tous les nouveaux fournisseurs pour Pierre & Vacances	😊
Mettre en place les moyens nécessaires pour atteindre un niveau de réponse minimal de 50 %		😊	
Élaborer un plan d'actions visant l'accompagnement des entreprises dont les scores sont les plus bas et imposer un score minimal aux entreprises retenues à l'issue des appels d'offres		😊	
❹ Mobiliser tous les partenaires pour les inciter à s'engager avec le Groupe	Direction des achats	Augmenter le nombre d'envois des questionnaires fournisseurs (pour atteindre un minimum de 10 % des fournisseurs couverts) et systématiser les envois à tous les nouveaux fournisseurs pour Pierre & Vacances	😊
		Mettre en place les moyens nécessaires pour atteindre un niveau de réponse minimal de 50 %	😊
		Élaborer un plan d'actions visant l'accompagnement des entreprises dont les scores sont les plus bas et imposer un score minimal aux entreprises retenues à l'issue des appels d'offres	😊
		Augmenter le nombre d'envois des questionnaires fournisseurs (pour atteindre un minimum de 10 % des fournisseurs couverts) et systématiser les envois à tous les nouveaux fournisseurs pour Pierre & Vacances	😊
❺ Informer les clients et les sensibiliser au respect de l'environnement	Tourisme	Continuer les actions auprès des enfants dans le cadre des clubs pour enfants	😊
		Systématiser la communication sur les écocgestes sur les sites dans les appartements	😊
		Multiplier les prises de parole sur les enjeux et les actions dans tous les supports existants (Internet, brochures, carnets de voyage...)	😊
		Faire le bilan de la localisation des sites par rapport aux zones naturelles d'exception	😊

* RT : réglementation thermique.

😊 Accomplie 😊 En cours 😞 Retardée



**ENGAGEMENT
INTÉGRER DES
PRÉCONISATIONS
ENVIRONNEMENTALES
DANS LA CONCEPTION,
LA CONSTRUCTION
ET LA RÉNOVATION
DE NOS SITES**

**L'APPLICATION DES RÈGLES D'OR
ENVIRONNEMENTALES DANS LES PROJETS**

L'année en cours a vu l'intégration des exigences environnementales minimales aux contrats de maîtrise d'œuvre (architectes, décorateurs, paysagistes, etc.) de tous les programmes neufs et des rénovations. Ces règles d'or sont également reprises dans le cadre des travaux visant la définition des grandes lignes de programmation des résidences et villages pour chacune des marques Pierre & Vacances, Maeva, Résidences MGM, Hôtels Latitudes et Adagio City Aparthotel. Afin d'améliorer le niveau d'intégration des préconisations aux programmes et pour atteindre nos objectifs, l'implication des responsables de programmes sera renforcée.

BILAN DE L'INTÉGRATION DES PRÉCONISATIONS ENVIRONNEMENTALES DANS LES PROJETS

	% d'opérations PVPI intégrant les préconisations environnementales		% d'opérations rénovation tourisme intégrant les préconisations environnementales	
	2005/2006	2006/2007	2005/2006	2006/2007
ÉNERGIE				
Ampoules basse consommation	21 %	45 %	Non disponible	19 %
Détecteurs de présence	79 %	88 %	Non disponible	NA
Électroménager classe A	100 %	100 %	Non disponible	92 %
EAU				
Réducteur de débit robinet et douche	75 %	95 %	Non disponible	91 %
Chasse d'eau double	100 %	100 %	Non disponible	80 %
DÉCHETS				
Poubelles compartimentées	71 %	84 %	Non disponible	10 %
Tri des déchets pendant le chantier	Non disponible	89 %	Non disponible	64 %

Nombre d'opérations livrées PVPI : 19

Nombre d'opérations livrées en rénovation tourisme : 26

L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE DES BÂTIMENTS ET LA PROMOTION DES ÉNERGIES RENOUVELABLES

L'exemple du nouveau Center Parcs, le Domaine du Bois des Harcholins, est révélateur de la volonté du Groupe de s'engager dans une démarche d'amélioration de l'efficacité énergétique des bâtiments et de promotion des énergies renouvelables.

Ce site, qui comprend la réalisation de 870 cottages et de 20 000 m² d'équipements, ouvrira ses portes en 2010 en Moselle (Lorraine). Les études de conception des cottages en ossature bois visent l'obtention du label THPE (Très Haute Performance Énergétique) et les objectifs de minimisation des besoins en énergie ont également été pris en compte en amont afin de guider les choix architecturaux et techniques dans la réalisation des équipements (restaurant, serre, centre

aqualudique, etc.) : réalisation d'une chaufferie bois/gaz à l'étude pour couvrir près de 80 % des besoins énergétiques des équipements, conception bioclimatique de la serre pour favoriser la ventilation naturelle, choix d'équipements et de systèmes performants...

Un bilan carbone est également en cours afin de permettre au Groupe de mieux appréhender les émissions de CO₂ liées à la construction d'un tel projet, à identifier les mesures correctives à mettre en œuvre et à quantifier l'impact positif sur l'effet de serre des différentes options retenues.

OBJECTIFS APPLICABLES À TOUS LES PROJETS À PARTIR DE 2008

Lutte contre le changement climatique

- 100 % des projets neufs, à l'étude à partir de 2008, labellisés THPE (Très Haute Performance Énergétique)
- 100 % des projets neufs, à l'étude à partir de 2008, intègrent une part d'énergies renouvelables
- Réaliser deux pilotes de bâtiments passifs pratiquement autonomes pour les besoins en chauffage d'ici à 2010

Préservation des ressources naturelles

- 100 % des bois utilisés dans la construction seront issus de forêts européennes ou certifiées
- 100 % des chantiers feront l'objet d'une démarche de chantier vert (gestion des nuisances environnementales de chantier)
- Promouvoir dans la construction le choix de produits et de matériaux mis en œuvre avec une valeur ajoutée environnementale

ENGAGEMENT VEILLER À L'AMÉLIORATION CONTINUE DE LA GESTION ENVIRONNEMENTALE DES VILLAGES, RÉSIDENCES ET HÔTELS EN EXPLOITATION

LA MAÎTRISE DES CONSOUMMATIONS

Fin 2006, le Groupe Pierre & Vacances s'est engagé avec

Gaz de France à la création d'un fonds

de développement pour aider à financer des projets favorisant une gestion responsable de l'énergie sur les résidences et villages Pierre & Vacances, et à la promotion de solutions innovantes dans le domaine des énergies renouvelables. Premier projet-test mené dans le cadre de ce partenariat : équiper 231 appartements d'un système permettant de couper systématiquement les équipements qui restent inutilement allumés lorsque l'appartement n'est pas occupé. Les économies d'énergie escomptées sont de l'ordre de 1700 kWh par appartement et par an. Si les tests sont favorables, l'installation de cet appareil sera progressivement généralisée. Par ailleurs, le Groupe Pierre & Vacances a poursuivi ses campagnes d'installation d'économiseurs d'eau qui permettent de faire de 20 % à 25 % d'économies d'eau en moyenne par an, et engendrent également des économies d'énergie grâce à la réduction des consommations d'eau chaude. Enfin, l'hétérogénéité de nos sites nous oblige pour l'instant à avoir un suivi par site des consommations en eau et en électricité, ce qui induit un manque de fiabilité des données consolidées. Notre priorité pour l'année prochaine est donc de mettre en place un outil de reporting performant qui nous permettra de suivre les principaux indicateurs environnementaux spécifiques à notre activité.

LA DÉMARCHE PILOTE DES HÔTELS LATITUDES

Douze sites sont concernés par cette initiative qui a débuté en mars 2006. Un groupe de travail, baptisé « Cellule Verte » et composé de deux directeurs de sites, deux directeurs techniques, le directeur marketing de la marque et l'équipe du département Développement Durable, a été créé pour animer la démarche. Un des objectifs pour le prochain exercice pour les Hôtels Latitudes est de participer aux trophées du tourisme responsable.

Les différentes étapes de la démarche : sensibilisation de l'ensemble des employés (avec le WWF-France), formation des métiers prioritaires (propreté, technique, espaces verts) aux bonnes pratiques environnementales, définition de plans d'actions personnalisés, création de supports de sensibilisation et communication clients avec le WWF-France, suivi du déploiement des plans d'actions (audits internes). Cette démarche de gestion environnementale sera déployée sur les villages Pierre & Vacances et les Résidences Clubs Maeva à partir d'avril 2008.

LA GESTION ENVIRONNEMENTALE CHEZ CENTER PARCS

Depuis sa création en 1968, Center Parcs mène une politique active en faveur de la protection de l'environnement. Tous les sites sont certifiés ISO 14001 depuis 1999 et depuis 2006 ses domaines néerlandais, belges et allemands sont également labellisés Clef Verte.

Les principaux axes de travail sont :

1. La maîtrise des consommations d'eau et d'énergie :

- définition et mise en œuvre d'un plan énergie pour chaque domaine pour les deux prochaines années ;
- seconde phase de déploiement des ampoules basse consommation et des thermostats « intelligents » (permettant d'ajuster automatiquement le chauffage des cottages en fonction de l'occupation) ;
- optimisation de la maîtrise des consommations d'eau par l'installation d'équipements éco-efficaces dans les nouveaux domaines : sur l'Ailette, 20 % des eaux grises de la piscine et des douches sont récupérées pour être utilisées dans les toilettes.

2. La réduction et la gestion des déchets : année après année, le taux de collecte de déchets recyclables reste de 26 % pour les parcs des Pays-Bas et de Belgique (axes de progrès France et Allemagne).

3. Le maintien d'une qualité irréprochable de l'eau :

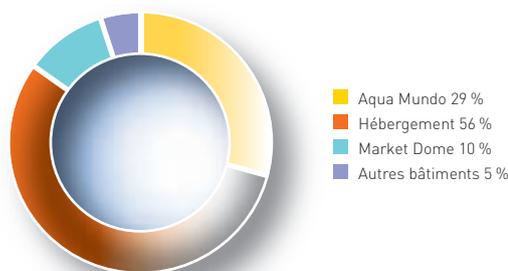
Center Parcs s'impose un standard de qualité supérieur à la réglementation en vigueur tout en minimisant l'utilisation de produits de traitement de l'eau.

4. La sensibilisation des clients et des collaborateurs (depuis la création du premier Center Parcs) : diffusion d'informations régulières sur les actions vertes de Center Parcs, mise en avant des écogestes sur les différents supports de communication interne et externe et proposition d'animations ludopédagogiques aux résidents en partenariat avec le WWF Pays-Bas ou Sologne Nature Environnement.

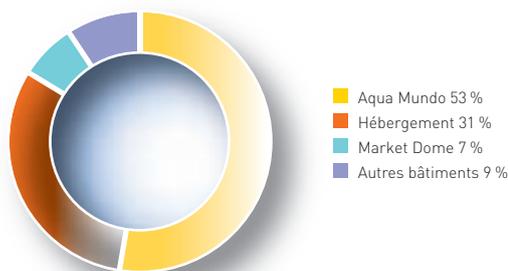
MESURER L'IMPACT DE NOTRE ACTIVITÉ SUR LE CLIMAT

Pour mieux appréhender l'impact global de notre activité sur le climat, un premier bilan carbone est en cours sur le Center Parcs des Hauts de Bruyères. Cette étude nous permettra non seulement d'établir un plan d'actions spécifique mais également d'identifier les actions communes à mettre en œuvre sur l'ensemble des domaines. En complément, d'autres études bilan carbone seront menées sur 2007/2008 sur des résidences et villages de type Pierre & Vacances.

Consommation d'eau totale/an



Consommation d'énergie (gaz + électricité) totale/an



ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION D'EAU ET D'ÉNERGIE CENTER PARCS EUROPE

	2004/2005			2005/2006			2006/2007		
	Nb de sites	m ³	m ³ /nuitée	Nb de sites	m ³	m ³ /nuitée	Nb de sites	m ³	m ³ /nuitée
Eau	15	2 421 119	0,2	15	2 276 372	0,18	15	2 245 994	0,17

	2004/2005			2005/2006			2006/2007		
	Nb de sites	kWh	kWh/nuitée	Nb de sites	kWh	kWh/nuitée	Nb de sites	kWh	kWh/nuitée
Électricité	15	96 573 000	7,98	15	98 524 000	8,03	15	95 491 000	7,4

	2004/2005			2005/2006			2006/2007		
	Nb de sites	kWh	kWh/nuitée	Nb de sites	kWh	kWh/nuitée	Nb de sites	kWh	kWh/nuitée
Gaz	15	445 610 000	36,85	15	43 224 500	35,2	15	373 901 000	28,6

Définition de la nuitée pour Center Parcs (nombre de nuits vendues).

OBJECTIFS POUR 2011

Lutte contre le changement climatique

- Réduire de 10 % les consommations d'énergie (sur trois ans)
- Intégrer dès que possible des énergies renouvelables sur les sites existants
- Évaluer les émissions de CO₂ de notre activité (bilan carbone) et identifier les actions de réduction de ces émissions

Préservation des ressources naturelles

- Mettre en place un système de management environnemental sur l'ensemble des sites Pierre & Vacances, Maeva, Adagio City Aparthotel, Résidences MGM et Hôtels Latitudes avec une priorité : mettre en place un outil de reporting permettant de suivre les principaux indicateurs environnementaux spécifiques à notre activité
- Généraliser la certification ISO 14001 à l'ensemble des sites Sunparks
- Généraliser les équipements économes en eau
- Généraliser les techniques écologiques d'entretien des espaces verts
- Généraliser le tri sélectif et réduire la production de déchets (objectif de 50 % pour Center Parcs)



ENGAGEMENT INCITER CHAQUE BRANCHE DE L'ENTREPRISE À PRENDRE DES ENGAGEMENTS AVEC DES OBJECTIFS PRÉCIS ET MOBILISER NOS COLLABORATEURS POUR LA RÉALISATION DE CETTE POLITIQUE DANS LEUR MÉTIER

La majorité de ces actions se font en partenariat avec l'association mondiale de protection de l'environnement, le WWF-France.

BILAN DES ACTIONS DE SENSIBILISATION

Lieux	Actions	Part des salariés concernés
Siège social	Création et diffusion d'un guide des éco-gestes au bureau	100 %
	Semaine du Développement Durable : animations-ateliers sur l'actualité du développement durable	80 %
	Semaine du Développement Durable : conférence sur la démarche de développement durable du Groupe	20 %
	Interventions de 30 minutes dans les sessions d'intégration du nouveau personnel Tourisme (CDI, CDD longue durée, contrat professionnel et stage longue durée) sur la démarche de développement durable du Groupe	70 %
Groupe	Diffusion de <i>Chlorophylle</i> (newsletter trimestrielle) : actualité du développement durable	100 %
Siège du WWF	Réunion de deux jours des animateurs au siège du WWF-France : préparation des animations sur sites et des actions de sensibilisation des clients à la protection de l'environnement	38 %
Hôtels Latitudes	Sessions de dialogue avec le WWF-France et Mountain Riders (associations de protection de l'environnement) sur les enjeux environnementaux globaux	80 %

BILAN DES FORMATIONS ENVIRONNEMENTALES

Deux cibles prioritaires ont été identifiées.

1 – Le personnel technique/propreté/espaces verts des

Hôtels Latitudes : 95% du personnel concerné a été formé aux bonnes pratiques environnementales par métiers (durée de la formation : 5 heures en moyenne).

2 – Les responsables de programmes (PVPI) : 100% du personnel concerné formé à la réglementation thermique 2005 (durée de la formation : 4 heures).

BILAN DES ACTIONS ENVIRONNEMENTALES MENÉES SUR NOTRE SIÈGE PARISIEN

Les actions portant sur la gestion du papier et des brochures (suivi des consommations, collectes ponctuelles) ont eu des résultats positifs (20% de réduction de la consommation) et se poursuivent. Les nouvelles actions sur 2007 ont été :

- la mise en place du tri du papier dans les bureaux ;
- la reprise systématique des cartouches d'imprimantes (toutes marques confondues) ;
- la création d'un groupe de travail pour l'amélioration de la gestion de l'eau et de l'électricité.

DES PLANS D'ACTION INDIVIDUALISÉS PAR ACHETEUR

Afin d'augmenter le nombre de produits et services avec une valeur ajoutée sociale et environnementale dans nos achats, chaque acheteur définit annuellement, en fonction de son portefeuille de projets et de son calendrier d'appels d'offres, des objectifs en matière de développement durable.

Principaux axes de travail sur 2006/2007

- emballages (valorisation et minimisation) : une clause imposant la minimisation et la reprise des emballages est systématiquement intégrée aux contrats de remplacement massif de matériels ;
- flotte véhicules : identification des émissions de CO₂ pour la totalité des véhicules. Bilan 2006/2007 : 35% du parc émettent entre 101 et 140 g/km (classes B, C) ;

- impression des catalogues : réajustement des quantités pour optimiser des commandes d'impression et sélection d'un papier labellisé FSC, fabriqué dans une usine certifiée ISO 14001 pour l'impression des catalogues et brochures ;
- papier : utilisation de papier 100% recyclé au siège ;
- mobilier : élaboration d'un cahier des charges environnemental par projet.

Principaux projets pour 2007/2008

- supérettes et restaurants :
 - Center Parcs : suppression de la vente d'espèces de poissons menacées d'extinction et classées comme telles dans le guide d'achat responsable de poissons par le WWF-Pays-Bas ;
 - Pierre & Vacances : augmentation du référencement des produits issus de l'agriculture biologique ;
- papier : choix de papier recyclé et/ou certifié FSC pour l'intégralité des papiers administratifs (cartes de visite, papier à en-tête, etc.) ;
- produits jetables : diminution de leur utilisation et référencement de produits recyclés ou biodégradables ;
- produits d'accueil (savon, gel douche, etc.) : étude de faisabilité sur l'utilisation de distributeurs pour éviter les emballages jetables et recherche de produits écologiques (Hôtels Latitudes et Adagio) ;
- livraisons : poursuite des efforts de réduction des livraisons sur les sites de Center Parcs et Pierre & Vacances, et définition d'un indicateur de progrès ;
- lessives : référencement de produits aux caractéristiques écologiques fortes ;
- produits d'entretien : référencement chez les prestataires de services de produits écologiques ;
- cartouches d'encre : référencement d'une société apte à collecter l'ensemble des cartouches au niveau national et international ;
- flotte véhicules : 50% du parc avec des véhicules en classe A, B ou C.

4

ENGAGEMENT MOBILISER TOUS NOS PARTENAIRES POUR LES INCITER À S'ENGAGER AVEC NOUS DANS CETTE DÉMARCHE

L'ÉVALUATION DE LA DÉMARCHE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE NOS FOURNISSEURS

Sur l'exercice 2005/2006, nous avons étendu aux principaux fournisseurs du Groupe l'envoi du questionnaire réalisé par Center Parcs dans le cadre de la certification ISO 14001. L'objectif de cette démarche est d'évaluer la manière dont nos fournisseurs intègrent les problématiques environnementales au sein de leur activité et, à terme, d'augmenter la part de fournisseurs ayant une démarche environnementale aboutie.

Dans cette optique, le questionnaire et le système de notation qu'il comporte ont été optimisés afin de servir d'outil d'aide à la décision et de permettre une analyse la plus fine possible de la performance environnementale de nos fournisseurs afin de définir les mesures correctives à mettre en œuvre. Le questionnaire optimisé a donc été à nouveau adressé à 7% des fournisseurs du Groupe représentant en moyenne 37% du chiffre d'affaires d'achats. Le faible taux de réponses (moins de 30%) ne nous permet pas d'avoir une vision objective de la situation environnementale actuelle de nos fournisseurs. En effet, la grande majorité d'entre eux sont des petites ou moyennes entreprises qui ne sont pas encore très familières avec ces démarches et qui ne disposent pas des outils nécessaires pour y répondre. Il s'agira désormais de mieux cibler nos envois en adoptant une démarche plus qualitative que quantitative (priorité aux entreprises dont le chiffre d'affaires est important et l'impact environnemental, fort).

OBJECTIFS POUR 2011

Lutte contre le changement climatique

- Remplacer tous les véhicules en fin de vie sur sites par des véhicules « propres »
- Imposer la réduction des kilomètres alimentaires à nos prestataires
- Développer des programmes de transport « propre » pour nos clients et employés (Center Parcs)

Préservation des ressources naturelles

- Former et sensibiliser 100% du personnel permanent aux bonnes pratiques environnementales
- Augmenter la part de produits « responsables » disponibles sur les sites (produits écolabellisés, produits biologiques, équitables...)

LES MESURES PRISES POUR NOS ACHATS DANS LES PAYS À BAS COÛT

En 2006, le Groupe Pierre & Vacances a commencé à développer ses achats dans les pays à bas coût. Aujourd'hui, 1,15% du volume total des achats sont réalisés en Chine, Indonésie, Thaïlande et Malaisie. Ce chiffre devrait progresser dans les prochaines années. Pierre & Vacances a donc souhaité, dès à présent, mettre en place les outils qui lui permettront de prolonger sa démarche d'achats responsables avec les fournisseurs de ces pays :

- élaboration, envoi et exigence d'un questionnaire fournisseur spécifique qui devrait permettre de mieux appréhender la performance sociale et environnementale des fournisseurs ;
- planification d'audits.

OBJECTIFS POUR 2011

Préservation des ressources naturelles

- Améliorer le programme d'achats responsables
- Étendre le programme d'achats responsables aux fournisseurs des pays à bas coût

5

ENGAGEMENT INFORMER NOS CLIENTS ET LES SENSIBILISER AU RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

Débutées en été 2005, les animations pédagogiques de sensibilisation à l'environnement se pérennisent. Elles ont commencé sur dix villages et couvrent aujourd'hui

15 sites. Cette initiative est toujours réalisée dans le cadre du partenariat avec le WWF-France, l'objectif étant de toucher le plus grand nombre de visiteurs pour les sensibiliser aux écogestes du quotidien, cela en complément des messages diffusés aux différentes étapes du parcours client (Internet, boutique, carnet de voyage, catalogue, logement...). Concrètement, les équipes des animateurs formés à cet effet sont renforcées pour l'occasion par des bénévoles issus du réseau du WWF.

Deux types d'animations sont proposées :

- les animations enfants au sein des clubs ;
- les animations familles, le soir, tous les quinze jours.

Depuis les premières animations de sensibilisation à l'environnement en 2005, nous avons plus que doublé (52%) le nombre de personnes (enfants et familles) ayant été exposées au moins à un message de protection de l'environnement pendant son séjour.

Le partenariat avec le WWF vient d'être renouvelé pour trois ans, il permet ainsi de pérenniser les actions et d'affirmer la collaboration des deux partenaires.

C'est d'ailleurs dans le cadre de ce partenariat que s'inscrit le projet « biodiversité » (en cours) du Groupe :

- cartographie de la localisation des sites Pierre & Vacances par rapport aux zones naturelles d'exception sur le territoire français ;
- valorisation des interactions entre ces sites et les acteurs locaux de préservation de la faune et de la flore.

OBJECTIFS POUR 2011

Lutte contre le changement climatique et préservation des ressources naturelles

- Développer avec le WWF les actions de sensibilisation aux enjeux environnementaux auprès de nos clients
- Développer les supports de communication sur la démarche

Grégoire Even, WWF-France,

en charge du partenariat avec Pierre & Vacances

« Depuis le début du partenariat, il est fondamental pour le WWF de développer, en parallèle des actions de réduction des impacts écologiques des sites, des actions de sensibilisation des clients du Groupe Pierre & Vacances. Les vacances sont un moment privilégié pendant lequel le grand public est particulièrement enclin à recevoir des messages sur la protection de notre Planète.

C'est avec cette philosophie que le WWF rassemble les animateurs de villages Pierre & Vacances pour mutualiser nos savoir-faire et mettre en place des activités ludo-éducatives à destination des visiteurs.

Nous sommes très heureux de voir le nombre croissant d'enfants et de personnes (familles) ayant entendu au moins un message environnemental pendant leur séjour. Le succès de ces animations repose sur l'enthousiasme et le professionnalisme des équipes du Groupe ainsi que sur notre réseau de bénévoles. »



« Les restaurants Center Parcs ne proposent aucun des poissons qui figurent parmi les espèces les plus menacées (selon nos recommandations). De cette manière, Center Parcs contribue concrètement et significativement à la protection de la vie sous-marine. Nous trouvons important le fait que la société joue un rôle clé et aide à faire comprendre que la richesse de la terre n'est pas infinie. »

Johan van de Gronden, WNF-Pays-Bas,

Directeur

ressources humaines

politique sociale sur 2006/2007

LA DIVERSITÉ

Pour favoriser la diversité, l'entreprise a développé depuis deux ans une coopération avec SOS Racisme et l'AFIJ, pour l'intégration de jeunes diplômés d'origine étrangère : 100 candidats ont été rencontrés sur 2006/2007 et 10% de ces entretiens ont abouti à la signature d'un contrat de travail.

MISSION SOLIDARITÉ HANDICAP

Dans la continuité des trois accords d'entreprise signés entre 2004 et 2006, le Groupe Pierre & Vacances renforce son action en faveur de l'insertion des personnes handicapées. Les efforts ont porté cette année sur l'information et la sensibilisation du personnel autour du handicap. Un dispositif global de communication spécifique a été mis en place incluant des réunions d'information, des ateliers de sensibilisation au monde du handicap, un affichage dans les locaux, la publication d'articles dans les journaux internes et d'une plaquette intitulée « Le Réflexe Handicap » diffusée à l'ensemble des collaborateurs ainsi que la création d'un site extranet (<http://solidarite.pierreetvacances.com>) pour mettre en avant les bonnes pratiques.

Ces démarches ont permis une progression du taux d'emploi des travailleurs handicapés en 2007. Au bilan de ces trois dernières années, la Mission Solidarité Handicap a contribué à recruter 55 personnes dans tous ses métiers et à sensibiliser l'ensemble de ses 3500 collaborateurs en France. Il s'agit dorénavant de mener des démarches proactives afin d'accélérer le processus de recrutement (ex. : présentation plus systématique de candidats à chaque besoin de recrutement) et de suivre de manière plus poussée l'intégration dans la durée. Dans le cadre de ces accords, l'objectif cible pour Pierre & Vacances est de recruter 13 personnes handicapées d'ici à 2008 (comptabilisation telle que l'entend la réglementation).

2007 EN BREF

Formation

Le Groupe Pierre & Vacances est convaincu que la formation est un moyen privilégié pour professionnaliser ses collaborateurs et favoriser leur employabilité. La mise en œuvre de la professionnalisation, de la VAE (valorisation des acquis de l'expérience) et du DIF (droit individuel à la formation) est un levier de développement des compétences que le Groupe a la volonté de mettre au service de ses différents métiers.

La conception, cette année, de nouveaux cursus de management vise à inscrire chaque manager dans une démarche d'amélioration des pratiques en cohérence avec les objectifs stratégiques et les valeurs de l'entreprise. En 2006/2007, près de 30% des salariés permanents ont ainsi bénéficié d'une formation technique ou managériale. En 2007/2008, la création de nouveaux parcours de formation professionnalisants permettra de répondre à l'enjeu du développement de la fonction tutorale.

Recrutement

L'année 2007 a connu une intensification importante du recrutement de profils internationaux. Le Groupe Pierre & Vacances a notamment recruté dans les pays européens à forts enjeux commerciaux afin de se rapprocher de ses marchés sources stratégiques : Royaume-Uni, Benelux, Allemagne et Scandinavie.

Le Groupe poursuit par ailleurs sa démarche de partenariat auprès d'écoles formant aux métiers du tourisme et de l'hôtellerie afin de se positionner comme un acteur de référence pour les étudiants s'engageant dans cette voie. De nombreuses opportunités en matière de stages, de contrats de professionnalisation et de contrats d'apprentissage sont proposées à ces étudiants, ainsi qu'en contrats saisonniers ou en CDI. En fin d'année 2007, le Groupe a mis en place une nouvelle version de son site Internet de recrutement pour renforcer la notoriété de ses métiers touristiques auprès des candidats.



FORMATION

	2006	2005	2004
Taux de formation (nombre de salariés formés/effectif total)	30%	Non disponible	Non disponible
Ratio de formation (dépenses liées à la formation/masse salariale)	2,10%	2%	1,90%

Apprentissage et contrats de professionnalisation

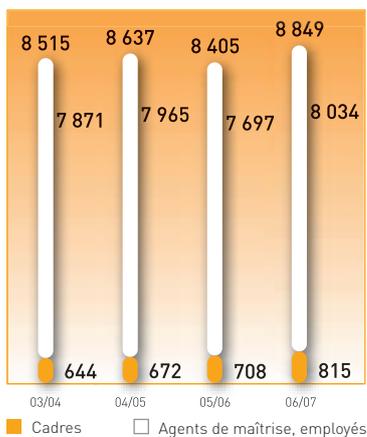
Une des principales ambitions du Groupe Pierre & Vacances vise à développer la professionnalisation et l'apprentissage en formant des jeunes à ses métiers par des contrats en alternance. Des parcours sur mesure permettent d'alterner périodes pratiques et périodes de formation théorique auprès d'écoles spécialisées. En 2007, 145 jeunes professionnels ont ainsi été intégrés et formés aux métiers du tourisme : animation, réception, propreté... La majorité d'entre eux se voit proposer un contrat d'embauche dans les résidences du Groupe à l'issue de leur formation.

Égalité professionnelle

Le Groupe Pierre & Vacances est attaché par conviction à la promotion de l'égalité professionnelle dans ses métiers. En application de la loi du 23 mars 2006 relative à l'égalité salariale entre les femmes et les hommes, il poursuit en particulier l'objectif de suppression des écarts de salaires et s'efforce de remédier aux éventuelles inégalités.



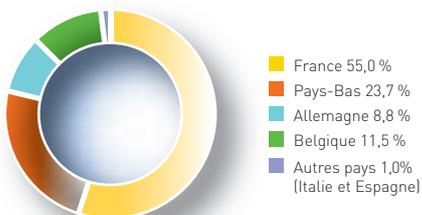
Répartition des effectifs par catégorie



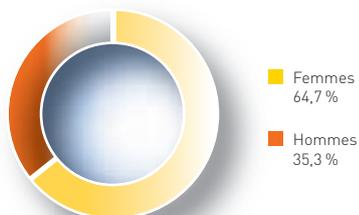
PRINCIPAUX OBJECTIFS POUR 2011

- Développer les actions pour renforcer la diversité dans l'entreprise
- Renforcer les actions en faveur du recrutement des personnes handicapées
- Créer un programme de volontariat salariés et favoriser les initiatives individuelles
- Augmenter la part des salariés dans le capital

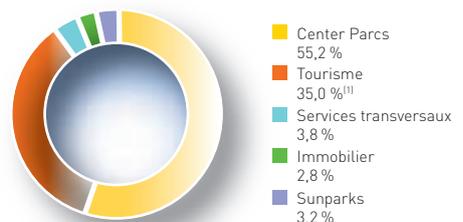
Répartition géographique des effectifs



Répartition femmes/hommes



Répartition des effectifs par entité



[1] Pierre & Vacances, Adagio City Aparthotel, Maeva, Résidences MGM, Hôtels Latitudes.

<http://groupe.pierreetvacances.com>

Siège social

L'Artois – Espace Pont de Flandre
11, rue de Cambrai – 75947 Paris Cedex 19
Tél. : +33 (0)1 58 21 58 21

Information financière

Tél. : +33 (0)1 58 21 53 72
Fax : +33 (0)1 58 21 54 10
E-mail : infofin@pierre-vacances.fr

Relations presse et publiques

Tél. : +33 (0)1 58 21 54 61
Fax : +33 (0)1 58 21 55 93
E-mail : vlauthier@pierre-vacances.fr