



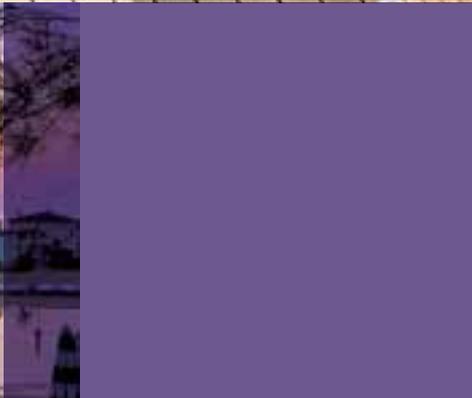
Proches

Rapport d'activité 2011 - 2012



Groupe

Pierre & Vacances
CenterParcs





7,5

millions de clients européens

Leader du tourisme de proximité, le Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs accueille dans ses sites une clientèle européenne de loisirs et d'affaires.



50 000

appartements et maisons

A chaque vacancier sa formule d'hébergement, pour des séjours en toute liberté, « comme chez soi », le service en plus...



SOMMAIRE

- Profil 01
- Message du Président 02
- Gouvernance 04

01 / FAITS MARQUANTS

- L'Aquariaz à Avoriaz 08
- Le Domaine des Hauts de Bruyères 09
- Belle croissance des Aparthotels Adagio 10
- La Vallée des Loisirs à Pont-Royal en Provence 11
- Deux nouvelles résidences Pierre & Vacances 11
- Deux nouvelles résidences classées « 5 étoiles » 11

02 / STRATÉGIE DU GROUPE

- Retour sur 2011-2012 14
- Perspectives 2012-2013 18
- Développement 20

03 / DÉVELOPPEMENT DURABLE

- Faits marquants 28
- Stratégie 30
- Organisation 32
- Action 34

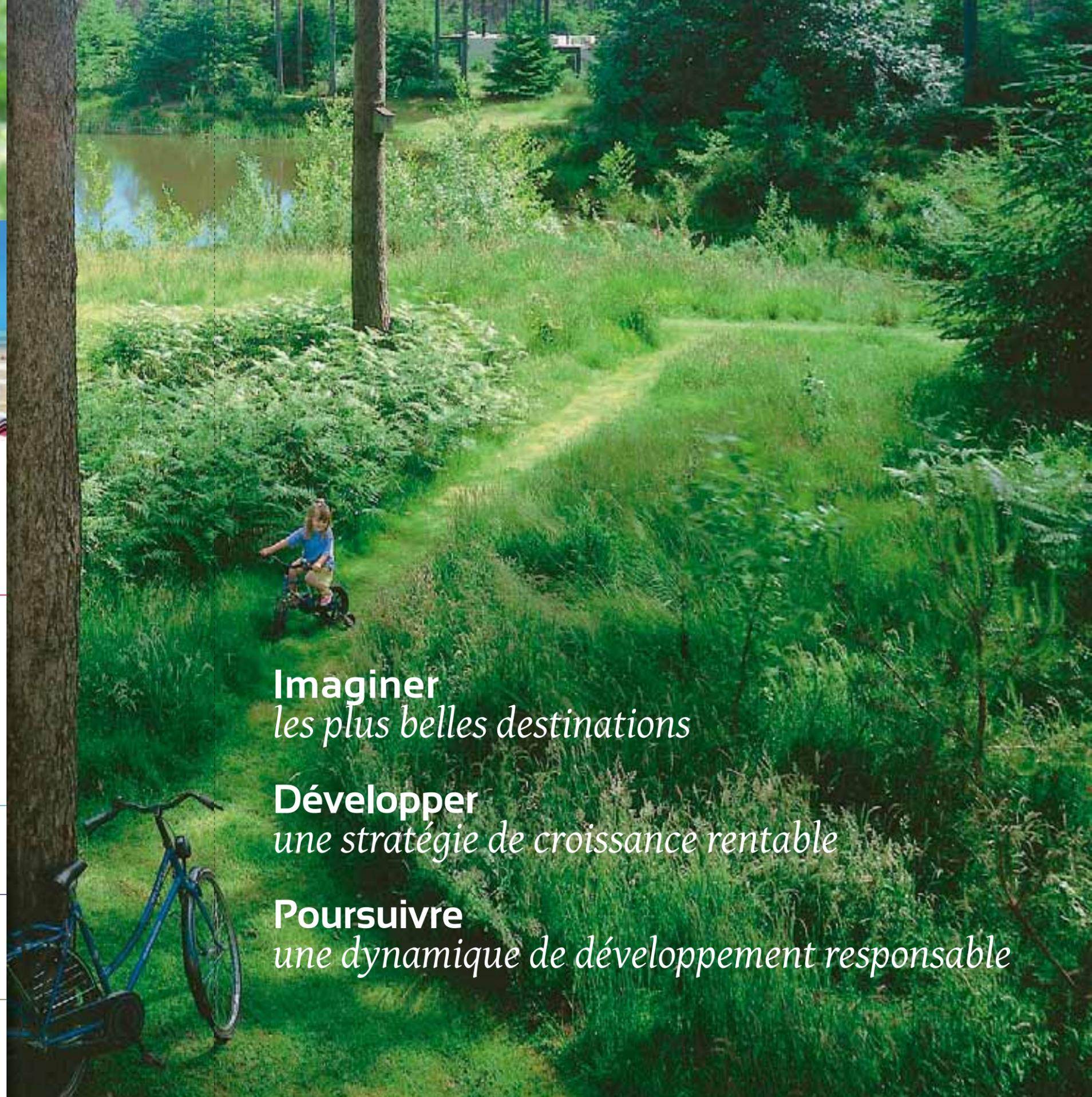
04 / INDICATEURS

- Chiffres sociaux et financiers 36

1 419

millions d'euros de chiffre d'affaires

En 2011/2012, l'activité tourisme a contribué à hauteur de 78 % du chiffre d'affaires du Groupe, la part de l'immobilier s'élevant à 22 %.



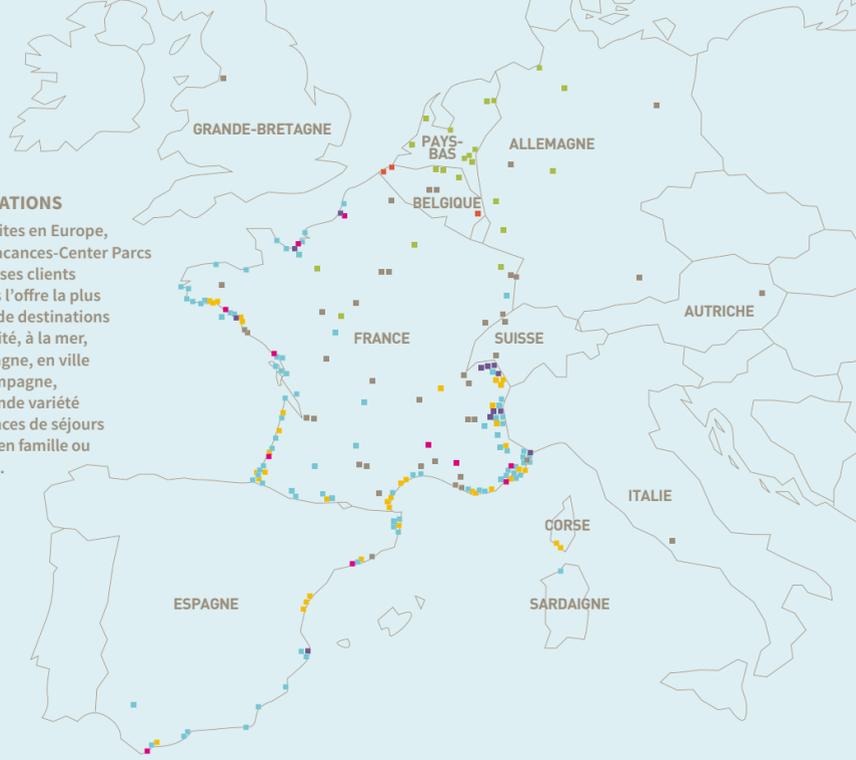
*Imaginer
les plus belles destinations*

*Développer
une stratégie de croissance rentable*

*Poursuivre
une dynamique de développement responsable*

IMPLANTATIONS

Avec 300 sites en Europe, Pierre & Vacances-Center Parcs propose à ses clients européens l'offre la plus complète de destinations de proximité, à la mer, à la montagne, en ville ou à la campagne, et une grande variété d'expériences de séjours à la carte, en famille ou entre amis.



LES CANARIES

LES ANTILLES

ÎLE MAURICE

PARIS - ÎLE-DE-FRANCE

PROFIL

Leader du tourisme de proximité en Europe, le Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs gère un parc de 300 sites en Europe, représentant près de 50 000 appartements et maisons. Ses Résidences, Domaines et Aparthotels sont situés dans les meilleurs emplacements, en montagne, au bord de la mer, à la campagne ou en ville. Il a accueilli en 2011/2012 environ 7,5 millions de clients européens, séduits par une offre complète et flexible, qui allie hébergement, loisirs et services de grande qualité.

TOURISME

Avec un portefeuille de marques à forte notoriété, structuré autour de deux marques phares, Pierre & Vacances et Center Parcs, le Groupe a développé un savoir-faire reconnu et des concepts forts : séjours *all weather*, séjours avec activités et services à la carte en villages clubs ou en résidences, mais aussi en résidences urbaines avec les Aparthotels Adagio.

Pierre & Vacances* ■

Des résidences et maisons de vacances au cœur des plus belles régions de France et d'Espagne, à la mer et à la montagne, situées au plus proche des activités touristiques ou animations régionales. Des appartements prêt-à-vivre et des services inclus et à la carte caractérisent l'offre Pierre & Vacances.

82 sites
10 500 appartements et maisons
54 400 lits

Pierre & Vacances premium* ■

Un univers authentique et raffiné, des appartements de standing spacieux et une offre dédiée au bien-être et à la relaxation pour une expérience résolument haut de gamme : piscines intérieures et extérieures, Spa et services hôteliers personnalisés.

19 sites
2 200 appartements et maisons
12 600 lits

Pierre & Vacances villages clubs ■

Implantés dans de vastes domaines, dans un cadre naturel en harmonie avec la région, les villages proposent un hébergement en maison ou appartement, une offre de loisirs et d'animations variée et des clubs enfants.

15 sites
6 500 appartements et maisons
34 600 lits

Maeva* ■

Des séjours pour tous les budgets, à la mer ou à la montagne, en France et en Espagne, avec des appartements équipés et des services à la carte.

76 sites
7 000 appartements et maisons
31 200 lits

Center Parcs ■

Dans des sites naturels préservés, pour des séjours 365 jours par an, des cottages intégrés à un vaste domaine autour de son cœur « tropical », le Dôme, qui regroupe commerces, restaurants et services, ainsi que l'Aqua Mundo, un espace aquatique exceptionnel.

19 sites
12 900 cottages
64 600 lits

Sunparks ■

Des destinations de proximité en Belgique, au cœur de la nature, avec des équipements intérieurs et extérieurs garantissent des séjours dépaysants tout au long de l'année.

3 sites
1 300 cottages
6 900 lits

Aparthotels Adagio ■

N°1 en Europe, la marque propose, au cœur des villes, des appartements modernes équipés d'une cuisine et de services hôteliers pour des moyens et longs séjours. Deux gammes de produits sont proposées :

Adagio
Des Aparthotels milieu de gamme, situés au cœur des principales métropoles.

Adagio Access
Gamme économique, des Aparthotels à proximité des centres-villes.

86 sites
9 600 appartements et villas
27 000 lits

Chiffres au 30 septembre 2012.
*Hors activités de commercialisation.



IMMOBILIER

Le Groupe maîtrise l'ensemble de la chaîne immobilière, conception de projet, recherche de foncier, financement, construction, montage financier et enfin commercialisation auprès de particuliers ou d'investisseurs institutionnels. Ses équipes d'experts travaillent en étroite collaboration avec les équipes du Tourisme pour imaginer de nouveaux produits qui répondent parfaitement aux attentes des consommateurs de demain.



Imaginer
les plus belles destinations

Développer
une stratégie de croissance rentable

Poursuivre
une dynamique de développement responsable



“
 Nous sommes aujourd’hui confrontés à un contexte économique et financier qui va rester rude, avec une croissance annoncée faible en France et en Europe, voire une récession. Face à ce contexte de crise durable, le Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs peut compter sur des fondamentaux solides, toujours aussi pertinents, son offre de proximité unique en Europe et son business model original. ”

Renouer dès 2013 avec la rentabilité

Les fondamentaux du Groupe ont permis à nos activités touristiques et immobilières d’offrir une bonne résilience durant l’exercice 2011 / 2012. Mais nos résultats sont en retrait, grevés notamment par l’inflation des charges résultant de l’effet mécanique des indices. Nous avons donc entrepris de réagir vigoureusement, en agissant rapidement sur trois leviers : un plan d’actions commercial offensif, adapté au nouveau contexte de consommation touristique, la réduction de nos coûts de siège et d’exploitation et la diminution de notre charge de loyers. **Notre objectif est clair : renverser la tendance et revenir à la rentabilité opérationnelle dès 2013.**

Nous poursuivons par ailleurs la dynamique de notre développement avec un double objectif : élargir notre parc touristique sur des marques et marchés ciblés, et accroître nos marges immobilières. Notre portefeuille de projets en France, en Espagne, au Maroc et à l’international, est riche et nous continuons de diversifier nos modes de financement et de gestion. L’arrivée de Françoise Gri à la Direction Générale du Groupe marque notre volonté de déployer pleinement la stratégie de Pierre & Vacances-Center Parcs, en confirmant sa position de leader européen du tourisme de proximité.





Françoise Gri
Directrice Générale

Le Comité Exécutif Groupe (COMEX)

- Gérard Brémond, Président
- Françoise Gri, Directrice Générale
- Patricia Damerval, Directrice Générale Adjointe Finances, Développement, Audit, Gestion des Patrimoines
- Thierry Hellin, Directeur Général Adjoint Développement, Juridique, Ressources Humaines, Développement Durable, Services Généraux
- James Mennekens, Directeur Général Tourisme Groupe
- Isabelle de Wavrechin, Directrice Générale de Pierre & Vacances Conseil Immobilier
- Jean Chabert, Directeur Général de Pierre & Vacances Développement
- Martine Balouka-Vallette, Directrice Générale des Aparthotels Adagio

Le Comité Exécutif du Groupe est composé de huit membres, tous cadres dirigeants du Groupe et se réunit une fois par semaine. Ce Comité assure le pilotage stratégique de l'entreprise mais il constitue également un organe de décision opérationnel qui veille à la bonne mise en œuvre du plan stratégique par l'ensemble de l'organisation.



Le Conseil d'Administration

de Pierre et Vacances SA compte neuf administrateurs dont un est qualifié d'indépendant selon les critères du rapport Bouton.

- Gérard Brémond, Président
- Marc R. Pasture
- Ralf Corsten
- Andries Olijslager
- Olivier Brémond
- Delphine Brémond
- Françoise Gri, Directrice Générale
- SA SITI, représentée par Thierry Hellin
- GB Développement représentée par Patricia Damerval

“ Nous devons devenir une entreprise véritablement « orientée client », qui porte une attention de tous les instants aux attentes et aux besoins des vacanciers, depuis la découverte de nos offres jusqu'au séjour, en passant par le choix et la réservation d'une destination. De plus, pour conquérir nos différents publics, nous devons mettre davantage en valeur les expériences de vacances que nous proposons et pour cela, le numérique est majeur. Les réseaux sociaux sont par excellence le lieu où s'échangent et se partagent ces expériences. La présence numérique doit donc faire totalement partie de la culture de l'entreprise. ”

Agenda financier 2012/2013

INFORMATIONS FINANCIÈRES
 1^{er} trimestre : 16 janvier 2013 | 2^e trimestre : 18 avril 2013
 3^e trimestre : 18 juillet 2013 | 4^e trimestre : 17 octobre 2013
ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE | 28 février 2013
RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2012 / 2013 | 30 mai 2013
RÉSULTATS DE L'EXERCICE 2012 / 2013 | 5 décembre 2013



De gauche à droite, de haut en bas:
 Gérard Brémond, Patricia Damerval, Thierry Hellin, James Mennekens, Martine Balouka-Vallette, Jean Chabert, Isabelle de Wavrechin.

Le Titre

au 30 septembre 2012

PLACE DE COTATION
 Euronext Paris, compartiment B
 Introduction à 17,00 euros le 11 juin 1999

PRÉSENCE DANS LES INDICES
 SBF250, Mid & Small 190, Travel & Leisure

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

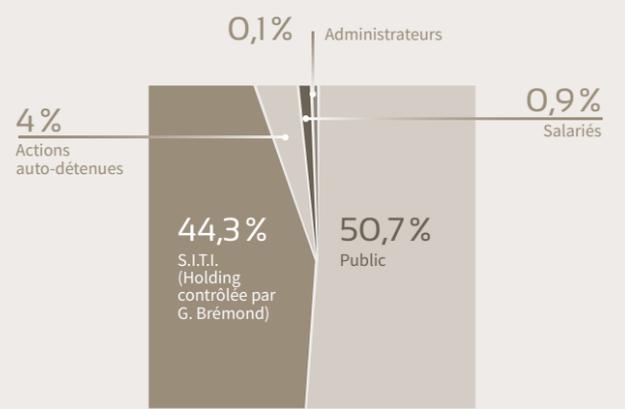
Capitalisation boursière :
 150 millions d'euros

Nombre de titres en circulation :
 8 821 551

Nombre de droits de vote :
 12 779 152

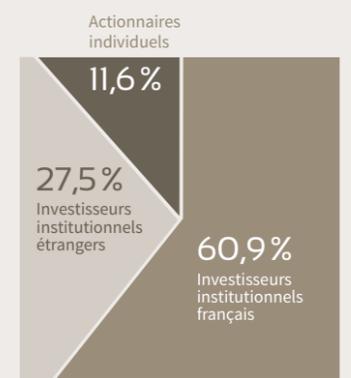
Répartition du capital

au 30 septembre 2012



Répartition du flottant

au 30 septembre 2012



FAITS MARQUANTS

Imaginer *les plus belles destinations*

Innover, rénover, développer de nouveaux équipements de loisirs, améliorer le confort et le bien-être de nos clients, multiplier les attentions : cette année encore, les marques du Groupe n'ont pas ménagé efforts et investissements pour mériter la confiance et la fidélité de leurs clients et pour leur proposer toujours plus de destinations et de nouveautés, à découvrir en famille ou entre amis.



2012

ouverture du
1^{er} et + grand site
aqualudique
de montagne en Europe



350

cottages rénovés

au Center Parcs
Les Hauts de Bruyères



114

mètres
de toboggan

à la Vallée des Loisirs à
Pont-Royal en Provence





+ de
1570
plantes pour
ce paradis tropical

Un paradis aquatique tropical à la montagne: ce défi, relevé au cœur d'Avoriaz 1800, est un concept unique en Europe, inspiré du succès de l'Aqua Mundo développé par Center Parcs.



LES TROPIQUES AU SOMMET

L'Aquariaz, qui a ouvert ses portes en juillet 2012 au cœur d'Avoriaz, est le plus innovant espace aqualudique de montagne en Europe.

Depuis sa naissance en 1967, Avoriaz a toujours été à la pointe de la modernité. L'ouverture de l'Aquariaz, en juillet 2012, s'inscrit dans cette tradition d'innovation. Conçu par l'architecte Jacques Labro, l'un des pères de la station, et les équipes de Pierre & Vacances-Center Parcs, le bâtiment s'élève sur plus de 17 mètres de haut et s'intègre à l'architecture mimétique caractéristique d'Avoriaz. Véritable défi technique, il propose, à 1800 mètres d'altitude, un espace tropical aquatique de 2400 m² maintenu à une température de 29 °C. On y découvre trois univers différents: l'arbre à eau, ludique et coloré, un second espace pour les amateurs de sensations fortes, et enfin un univers « tous âges » dans le bassin central.

Pour recréer à 1800 mètres d'altitude un paradis tropical, Jean Henkens, l'architecte biologiste qui conçoit les espaces aqualudiques Center Parcs, a choisi des espèces végétales pouvant supporter des écarts de température importants. Il a conclu un partenariat avec plusieurs pépinières, en Thaïlande, au Cambodge, en Indonésie et au Laos, portant sur plus de 1570 plantes. Enfin, le concept de l'Aquariaz est également fidèle à l'esprit d'éco-responsabilité d'Avoriaz: le bâtiment est alimenté par une chaufferie bois à granulés et un réseau de chaleur biomasse fournit le chauffage et l'eau chaude.

ESPAGNE, LE SOLEIL TOUT PROCHE

L'Espagne est une destination touristique phare en Europe. Le Groupe a renforcé cette année sa présence dans le sud du pays. Trois nouvelles résidences « 3 étoiles » Pierre & Vacances - L'Estartit, Salou et Mojacar Playa - ont ouvert leurs portes en 2012. Dans la région de Valence, Altea Hills est devenue la première destination premium du Groupe en Espagne. Le Groupe compte désormais 28 destinations, avec une couverture géographique complète, depuis la frontière française jusqu'à la Costa del Sol.

LES HAUTS DE BRUYÈRES FONT PEAU NEUVE

Un programme de rénovation et de nouveaux équipements permettent au Center Parcs solognot d'aborder énergiquement l'année de ses 20 ans.

Le Domaine des Hauts de Bruyères, en Sologne, fêtera ses 20 ans en 2013. Pour célébrer cet anniversaire, un programme de rénovation majeur portant sur 350 cottages a été engagé en 2011. Les toitures ont été refaites et l'intérieur des cottages entièrement rénové, avec un design moderne, dans des tons qui se marient parfaitement avec l'environnement.



Une rénovation des restaurants et des bars du Domaine a également été réalisée avec Elior, le partenaire spécialisé qui accompagne le Groupe. Enfin, le parc propose depuis avril 2012 une attraction inédite en France: un toboggan à bouées, le Topsy Turvy. La descente, qui débute à neuf mètres de haut, se parcourt seul ou à deux, ponctuée de trois entonnoirs qui garantissent changement d'orientation et fous rires.



130
Aparthotels Adagio
à horizon 2015

**LA BELLE CROISSANCE
DES APARTHOTELS ADAGIO**

Tout en poursuivant leur développement en France, les Aparthotels Adagio affirment leurs ambitions hors d'Europe, en s'implantant au Brésil.

Avec un objectif de 130 résidences à horizon 2015, les Aparthotels Adagio poursuivent une stratégie de développement ambitieuse. En 2012, la marque a ouvert quatre nouvelles résidences en France (Caen Centre, Nantes Viarmes, Paris Asnières, Strasbourg Petite France), et une en Espagne (Barcelona Sant Cugat). Elle a également signé avec Accor Amérique Latine un contrat de master franchise, portant sur l'implantation de ses gammes au Brésil avec pour objectif l'exploitation d'environ 40 résidences urbaines. Les Aparthotels Adagio souhaitent ainsi conquérir des positions sur un marché en pleine effervescence: le Brésil bénéficiera en effet dans les années qui viennent d'une dynamique exceptionnelle, en accueillant deux événements majeurs (la Coupe du Monde de Football en 2014 et les Jeux Olympiques à l'été 2016). Le développement de la marque se fera d'une part par la conversion d'hôtels du groupe Accor en Aparthotels et d'autre part, par la construction de cinq Aparthotels. Le premier devrait ouvrir en 2014, à Salvador dans le quartier financier, à proximité de l'aéroport.



PONT-ROYAL EN PROVENCE OUVRE SA VALLÉE DES LOISIRS

Pont-Royal en Provence est l'un des plus emblématiques villages clubs du Groupe. En juin 2012, il a ouvert, sur sept hectares entièrement réaménagés, son nouveau paradis ludique: la Vallée des Loisirs, qui regroupe activités existantes et nouveautés comme le Fantasy Racer, deux toboggans aquatiques de 114 mètres à travers pins et oliviers.



**DU NOUVEAU DANS LE CATALOGUE
PIERRE & VACANCES**

Deux nouvelles destinations Pierre & Vacances ont ouvert en 2012 sur les côtes françaises: Le Coteau et la Mer, à Douarnenez, une résidence « pieds dans l'eau » équipée d'une piscine couverte chauffée toute l'année, et la résidence Le Chant des Oiseaux, à Courseulles-sur-Mer, en Normandie, à proximité des ports de pêche et de plaisance et des plages du débarquement.

**DEUX NOUVELLES RÉSIDENCES
PIERRE & VACANCES PREMIUM
DÉCROCHENT LEURS 5 ÉTOILES**

Après Les Terrasses d'Eos à Flaine en 2011, les résidences Pierre & Vacances premium L'Amara à Avoriaz 1800 et Le Village à Arc 1950 ont obtenu en 2012 la classification « 5 étoiles », faisant ainsi passer le Groupe en tête du classement des résidences de tourisme haut de gamme en France. Ce classement « 5 étoiles », qui concerne aujourd'hui la moitié de la marque Pierre & Vacances premium, consacre la reconnaissance du positionnement très haut de gamme de la marque, en réponse à une clientèle exigeante et internationale.



**pour L'Amara
à Avoriaz
et Le Village
à Arc 1950**

STRATÉGIE DU GROUPE

Développer *une stratégie de croissance rentable*

Avec une offre d'hébergement de loisirs et de services unique en Europe, Pierre & Vacances-Center Parcs confirme sa place de leader du tourisme familial durable. Le capital de confiance associé à ses marques lui a permis, en 2011/2012, de maintenir ses positions dans un contexte de marché particulièrement difficile, tout en continuant à investir dans des projets d'avenir d'envergure internationale.



+ de
140 000
fans

Center Parcs sur Facebook

35
millions d'euros

d'économies de coûts
de siège et d'exploitation

95 %

des clients
du Groupe

arrivent en voiture sur les sites

UNE POLITIQUE DE RÉNOVATION AMBITIEUSE

La rénovation régulière des résidences est l'un des piliers de l'attractivité des marques, qui se maintiennent ainsi en permanence à la pointe du marché.

Pour attirer et fidéliser ses clients, le Groupe améliore constamment le confort et la modernité de ses hébergements. En 2011 et 2012, les 736 cottages « première génération » de deux domaines Center Parcs français, Les Bois-Francis et Les Hauts de Bruyères, ont fait l'objet d'une rénovation complète, pilotée par l'architecte Jean de Gastines, et ont pris l'appellation « Style », avec trois catégories : Comfort Style, Premium Style et VIP Style.

Avec cette rénovation, l'intérieur des cottages se fait contemporain, cosy, toujours fonctionnel, tandis que l'extérieur est en harmonie avec la forêt environnante. Les sept domaines détenus par Blackstone en Allemagne, en Belgique et aux Pays-Bas ont été également rénovés. Aux Antilles, le village club Pierre & Vacances de Sainte-Anne, en Guadeloupe, a été entièrement rénové et une gamme de logements VIP a été inaugurée.

L'OFFRE D'HÉBERGEMENT À LA HAUSSE

Le développement de l'offre touristique résulte aussi des extensions dans les domaines et résidences existants. À Avoriaz, le programme d'extension s'est poursuivi, avec la livraison de 276 appartements supplémentaires pour l'hiver 2012/2013 et l'ouverture de la résidence premium Pierre & Vacances L'Amara. Quant au Domaine Center Parcs des Trois Forêts, en Moselle, il a initié la construction d'un nouveau quartier de 107 cottages. Livrés en juin 2012, ils s'ajoutent aux 800 cottages existants. Aux Pays-Bas a été créée une nouvelle résidence à De Eemhof : La Marina. Ses appartements, de style méditerranéen, donnent sur le nouveau port de plaisance. Enfin, en 2012, une nouvelle résidence d'une soixantaine de logements « 4 étoiles » a été inaugurée au sein de l'éco-village Pierre & Vacances de Belle Dune, en Picardie, portant à environ 500 logements proposés par le site.



En 2011 / 2012,
près de 120 millions
d'euros ont été investis
par le Groupe et
ses partenaires pour
la rénovation de
son parc touristique.



DES ÉQUIPEMENTS SPECTACULAIRES POUR DES EXPÉRIENCES UNIQUES

Center Parcs a multiplié les innovations en 2012 avec le Master Blaster aux Trois Forêts en Moselle : un grand huit aquatique lancé à 12 mètres de haut et qui se parcourt en bouée ; le Topsy Turvy aux Hauts de Bruyères : un toboggan inédit en France, à parcourir en bouée, seul ou à deux, et à De Eemhof, aux Pays-Bas, un nouveau toboggan spectaculaire unique en Europe : le Turbo Twister.

DU NOUVEAU EN RESTAURATION

La restauration du Domaine des Bois-Francis compte deux nouveaux restaurants, le Macampa Grill et le Cocoon Café, ainsi qu'un espace de restauration rapide Accro Burger. Quant au Domaine des Hauts de Bruyères, il accueille désormais une boulangerie Paul.

736
cottages rénovés

« Première génération » dans
deux domaines Center Parcs :
Les Bois-Francis et Les Hauts
de Bruyères en 2011 et 2012



UNE POLITIQUE VOLONTARISTE DE RÉDUCTION DES LOYERS

La diminution de la charge des loyers est l'une des initiatives prises par le Groupe pour réduire ses coûts.

Avec près de 15 000 baux à renouveler d'ici à 2017, le Groupe a pour objectif une diminution des loyers de 45 millions d'euros (indexation comprise et hors développement de l'offre) sur cette période. Dès 2013, le Groupe propose à ses propriétaires un changement d'indice de référence (de l'ICC* à l'IRL**). Par ailleurs, lors du renouvellement des baux, l'indexation est plafonnée à 2%, et les loyers sont réduits en fonction des résidences, avec éventuellement pour compensation pour les propriétaires l'augmentation de leur droit d'occupation. Le Groupe introduit des loyers variables ou une exploitation en mandat. Le financement des travaux de rénovation est assuré par les propriétaires.

* Indice du Coût de la Construction
** Indice de Référence des Loyers



DES INVESTISSEMENTS INFORMATIQUES MAJEURS

En investissant fortement dans l'outil informatique, le Groupe vise à renforcer son efficacité opérationnelle.

Le Groupe s'est doté en 2011 d'une plateforme internet unique. La marque Sunparks a déjà migré vers cette plateforme. Un nouvel outil de réservation également développé en 2011/2012 est aujourd'hui utilisé par Pierre & Vacances et Maeva. Autre chantier important: le renforcement de la connectivité avec les partenaires distributeurs (agences de voyages classiques et opérateurs en ligne). De nombreuses avancées ont également été réalisées durant l'exercice en matière de *Customer Relationship Management*, avec pour objectifs la synergie des banques de données clients Pierre & Vacances et Center Parcs et la mise en place de deux outils Groupe communs à Pierre & Vacances et à Center Parcs (un outil de mesure immédiate de la satisfaction client et une plateforme marketing multicanal). Enfin, une rationalisation du *back office* est en cours, avec le regroupement de la paie et de la gestion du personnel France sous un outil unique ou encore le basculement de toutes les activités Tourisme sous un ERP (*Enterprise Resource Planning*) commun qui gère les fonctions Finance et Achats.

UN TRAVAIL DE FOND SUR LA MARQUE PIERRE & VACANCES

Les 15 villages clubs Pierre & Vacances implantés en France métropolitaine, aux Antilles et en Espagne représentent un produit unique et original. En 2011/2012, le Groupe a mené un travail de fond sur le repositionnement de ce produit. L'offre a été enrichie, avec de nouvelles activités de loisirs, une refonte des clubs enfants et un renforcement de l'offre d'hébergement avec la livraison de nouvelles unités, la poursuite des rénovations et la mise en place d'une nouvelle gamme d'hébergement VIP. Le nouveau catalogue et le site internet dédié mettent en avant la force et les atouts du concept et renforcent encore la qualité du service apporté aux clients, plus de 550 collaborateurs travaillant sur les sites Pierre & Vacances ont été formés en avant-saison en 2012. Ces efforts ont porté leurs fruits, avec notamment une augmentation de la fréquentation des sites du sud de la France.



Le taux de clients Pierre & Vacances enchantés / très satisfaits a progressé de 7% sur la saison été 2012 comparé à 2011.

21%

c'est l'augmentation du RevPAR (revenu par chambre disponible) générée par la création de 648 appartements VIP au sein des villages clubs Pierre & Vacances



Un plan d'actions commercial offensif pour 2012/2013

Devant la persistance des difficultés économiques en France et en Europe, et dans l'objectif d'un retour à la rentabilité dès 2013, le Groupe met en œuvre pour l'exercice 2012 / 2013 un plan d'actions commercial dynamique en cinq axes.

> La rationalisation des marques

Le transfert de 40 résidences Maeva sous la marque Pierre & Vacances qui donne davantage de visibilité à ces sites, y compris à l'international, permettra des économies de coût et générera une croissance du chiffre d'affaires, avec un objectif de +10% sur 2012 / 2013.

> Une grille de prix simplifiée

Un travail de repositionnement tarifaire en fonction des saisons, des marques et des régions et / ou des destinations, a été mené à partir des *feedbacks* des consommateurs. Les grilles de prix ont été simplifiées et la politique *Early Booking* renforcée.

> L'adaptation de la stratégie de distribution

L'outil de réservation *on line* a été amélioré avec un nouveau moteur de recherche, de façon à simplifier le parcours client. Par ailleurs, des structures locales seront développées pour augmenter les ventes sur site, avec un objectif de +8% en 2012 / 2013. Enfin, la mise en place de tarifs attractifs devrait permettre de générer un chiffre d'affaires important auprès des groupes loisirs, des séminaires et des comités d'entreprise.

À l'international, le Groupe mise sur des partenariats ciblés avec des acteurs *on line* stratégiques, pays par pays, pour développer la commercialisation de ses produits, grâce notamment à une meilleure connectivité avec les sites des partenaires. Par ailleurs, la mise sur le marché est optimisée, en améliorant le choix des typologies d'appartements.

> Des investissements produits ciblés

Le Groupe a investi fortement ces deux dernières années pour renforcer l'attractivité de son offre : en Allemagne, aux Pays-Bas, en Belgique et en France pour Center Parcs et avec L'Aquariaz à Avoriaz et le Spa à Arc 1950 pour Pierre & Vacances.

> Le développement d'une offre sélective sur des marques et marchés porteurs

L'ouverture de Center Parcs Bostalsee à l'été 2013 en Allemagne, la poursuite du développement des Aparthotels Adagio, le projet Center Parcs dans la Vienne en France, Villages Nature en Seine-et-Marne, s'inscrivent dans cette dynamique.



25
millions d'euros
d'économies
de coûts dès 2012 / 2013
(coûts opérationnels et siège)

RÉDUIRE LES COÛTS, UNE PRIORITÉ

La réduction des coûts est un objectif prioritaire en 2012/2013. Le Groupe s'est fixé une diminution de 15% de ses coûts de siège et de 4% des coûts d'exploitation des sites, soit 35 millions d'euros d'économies pérennes, dont 25 millions d'euros dès l'exercice 2012 / 2013. Un plan de réduction des effectifs portant sur 195 personnes en France et en Europe et des mesures d'accompagnement sociales ont été présentés. Par ailleurs, les actions renforcées dans le cadre de renouvellement des baux se traduisent dès l'exercice 2012/2013 par huit millions d'euros d'économies.



EARLY BIRDS BIENVENUS

Réserver de plus en plus tôt ou au dernier moment, partir moins longtemps, et pas forcément le week-end : la consommation de séjours a profondément évolué. Pour répondre à cette mutation, le Groupe a adapté son planning de communication. Les catalogues pour la saison été sont édités six semaines plus tôt. Un seul *early booking*, commun à toutes les marques, a été instauré. Enfin, les promotions *last minute* sont décalées le plus tard possible.

Villages Nature, la nature retrouvée aux portes de Paris

L'ouverture de la première phase de Villages Nature, projet phare du Groupe mené en co-entreprise avec Euro Disney, est programmée en 2016.

Projet de destination de vacances basé sur la quête d'harmonie entre l'homme et la nature, Villages Nature représente une innovation majeure pour le tourisme de demain. Le projet, situé à Marne-la-Vallée, à proximité de Disneyland Paris (première destination touristique européenne), est né de la collaboration de deux acteurs majeurs du tourisme en France et en Europe: Euro Disney et le Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs.



UNE AMBITION DURABLE

Les deux partenaires ambitionnent de faire de Villages Nature une référence en matière de tourisme familial durable en Europe. Le projet est en effet conçu autour d'un double objectif de réduction maximale de son empreinte écologique et de mise en valeur des richesses culturelles et patrimoniales de son territoire d'accueil. Pour traduire l'idée phare du projet - la quête d'harmonie entre l'homme et la nature - l'équipe de direction artistique s'est notamment inspirée des mouvements (en architecture et en décoration) qui ont su magnifier la nature: Arts & Crafts, Art Nouveau, F.L. Wright, F. Hundertwasser... La nature sera ainsi présente à la fois dans les activités ludiques - grâce aux atouts du site, parmi lesquels la nappe géothermique profonde et des massifs forestiers totalement préservés - et dans l'architecture des bâtiments qui évoquera notamment les jardins suspendus.

HORIZON 2016

Une première phase - qui porte sur 1 730 appartements et cottages implantés sur 180 hectares - devrait ouvrir au public à partir du printemps 2016. Cette nouvelle destination, d'envergure européenne, proposera à ses quelque 900 000 clients annuels de nombreux espaces et équipements inédits mêlant loisirs, détente et reconnexion avec la nature. Le plus emblématique d'entre eux sera l'Aqualagon, un complexe aqualudique inédit formé de l'un des plus grands parcs aquatiques couverts d'Europe, et d'un lagon géothermique extérieur chauffé à plus de 30 °C toute l'année grâce à la géothermie profonde.

900 000

C'est le nombre de clients attendus
chaque année à Villages Nature



AU CŒUR DE LA FORÊT, UN 5^{ème} CENTER PARCS FRANÇAIS

Le Center Parcs Vienne, qui doit ouvrir ses portes en 2015 dans le nord du département, sera le 5^{ème} domaine de la marque en France.

Le futur Center Parcs Vienne s'étendra sur 264 hectares. Il s'articule autour d'un centre village d'une surface couverte d'environ 26 000 m² autour duquel rayonnent 800 cottages de 50 à 90 m² ainsi que 20 maisons dans les arbres pouvant accueillir 4 à 6 personnes. Immersion dans la nature, plaisir de l'eau, 365 jours par an, découverte du monde animal dans le « cœur forestier » du domaine, circulation douce, à pied ou à vélo : ce nouveau domaine éco-conçu répond parfaitement aux envies d'évasion et de nature des consommateurs européens. La Ferme des enfants permet à une clientèle essentiellement familiale de découvrir les animaux et d'entrer

en contact avec eux. Le cœur forestier du domaine est conçu pour favoriser l'observation des animaux sauvages (cerfs, sangliers, faisans...). L'eau est aussi très présente, avec le lac, lieu central du domaine, et la rivière où l'on pourra naviguer en bateau électrique, en barque ou en canoë. Enfin l'Aqua Mundo et le Spa invitent aux bienfaits de l'eau. Le domaine créera environ 600 emplois directs dans tous les métiers de l'accueil, des services et de l'animation. Il recourra pour ses approvisionnements et ses achats aux prestataires locaux.



59
cottages supplémentaires
en 2013/2014
pour le Domaine des Trois Forêts



EN ALLEMAGNE, UNE OUVERTURE À L'ÉTÉ 2013

Center Parcs possède une forte marge de progression en Allemagne. La marque y ouvrira à l'été 2013 son 5^{ème} village, un nouveau domaine sur un site de 90 hectares, près du lac de Bostalsee, dans la Sarre. Bostalsee proposera 500 cottages pouvant accueillir de 2 à 10 personnes, dont 65 de catégorie VIP face au lac. Les cottages sont commercialisés auprès d'investisseurs particuliers allemands, néerlandais et belges.

500
cottages

au Center Parcs Bostalsee
en septembre 2013



**LES APARTHOTELS ADAGIO,
LEADER D'UN MARCHÉ EN EXPANSION**

Le concept d'aparthotel est en forte croissance en Europe et dans le reste du monde. Les Aparthotels Adagio accélèrent le développement international de leur réseau.

Avec deux gammes, Adagio et Adagio Access, les Aparthotels Adagio sont aujourd'hui le leader de l'*extended stay* en France et en Europe : 80 % du chiffre d'affaires est réalisé avec des séjours de 4 à 28 jours et de 28 jours et plus. Le modèle économique des Aparthotels est particulièrement performant (un personnel réduit, des services optionnels payants, une grande autonomie pour les clients...) et le concept rencontre un grand succès auprès des entreprises, séduites par la qualité des prestations et la dégressivité des tarifs.

Les Aparthotels Adagio affichent clairement une ambition internationale. Le cœur du développement reste l'Europe. La marque, qui a signé 26 projets soit 2 783 appartements en 2012, annonce une quarantaine d'ouvertures dans les trois prochaines années. En 2013, deux nouvelles résidences ouvriront à Cologne et à Liverpool. D'ici à 2014, trois nouvelles destinations s'ajouteront au réseau : Abu Dhabi (Emirats arabes unis), Moscou et Kalouga (Russie). D'autres projets de développement sont annoncés, avec l'ouverture d'ici à 2016 de 40 établissements au Brésil en master franchise avec le groupe Accor.



1/3
des Aparthotels
Adagio sera situé
hors de France
à horizon 2015

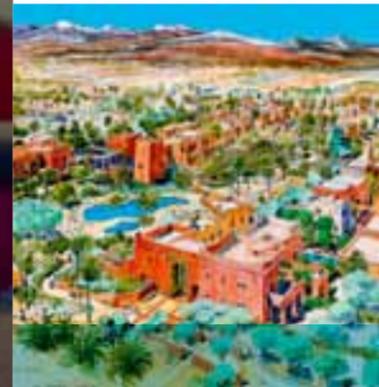
LE MAROC EN FORT DÉVELOPPEMENT

Le Maroc suscite une forte demande nationale et internationale d'offres touristiques de type *Resorts Familles et Loisirs*. Pour répondre à cette demande, le Groupe et son partenaire, le Groupe Caisse de Dépôt et de Gestion du Maroc (CDG), premier investisseur institutionnel marocain, qui ont déjà initié le projet d'un *resort* à Marrakech, ont décidé d'étendre le périmètre de leur partenariat aux stations de Taghazout et Saïdia. À Taghazout, près d'Agadir, le projet porte sur la réalisation d'un Eco-Resort de 520 appartements et maisons ainsi que des équipements d'animation et de loisirs. À Saïdia, un village Pierre & Vacances sera composé de 400 appartements en résidence touristique. La Caisse de Dépôt et de Gestion du Maroc assure le rôle d'investisseur en assurant le financement avec pour objectif d'ouvrir le capital des sociétés d'investissement à des investisseurs nationaux ou internationaux et pilote également la maîtrise d'ouvrage de ces *resorts*. Le Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs met en œuvre son expertise en développement et en gestion de *resorts* et résidences touristiques.

**DES MODES DE FINANCEMENT
ET DE GESTION DIVERSIFIÉS**

Pour développer ses projets, le Groupe s'appuie sur des modes de financement diversifiés. En France, l'investissement est principalement assuré par des particuliers, qui peuvent bénéficier du régime fiscal 'Censi-Bouvard', prorogé jusqu'à fin 2016. Ce mode de placement aux particuliers s'étend désormais à l'Allemagne, aux Pays-Bas et à la Belgique pour les cottages Center Parcs. Le Groupe commercialise également en France des cottages Center Parcs « en bloc » à des institutionnels à travers des véhicules d'épargne de type OPCV*. Enfin, il noue des partenariats publics-privés pour le financement des infrastructures et des équipements de loisirs, par exemple pour Center Parcs Vienne et Bostalsee. Les modes de gestion sont également diversifiés : par bail (en loyers fixes ou variables), par mandat de gestion (en Espagne et au Maroc par exemple) ou encore en franchise (Aparthotels Adagio).

* Organisme de Placement Collectif en Immobilier



520
appartements
et maisons
en projet à Taghazout pour
la réalisation d'un Eco-Resort



Poursuivre une dynamique de développement responsable

Dans un contexte économique difficile, le Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs poursuit et confirme son engagement responsable et durable. Il a donné en 2011/2012 un nouvel élan à sa démarche, associant ses parties prenantes à une réflexion partagée autour des enjeux du tourisme et de l'immobilier responsables.

Ces faits et chiffres présentent la démarche Développement Durable du Groupe pour l'exercice 2011/2012. Conformément au décret n°2012-557 du 24 avril 2012, des informations détaillées figurent dans le rapport de gestion du Rapport Financier Annuel à la rubrique « Informations sur les questions sociales, sociétales et environnementales ».

Proximité

Avec nos clients
et partenaires

Exemplarité

Celle d'un leader et d'un
employeur responsable

Intégration

Du développement
durable à tous nos métiers

Anticipation & innovation

Pour investir dans
le futur avec des projets
emblématiques

DÉVELOPPEMENT DURABLE / Faits marquants

LE DÉVELOPPEMENT DES TALENTS, UNE PRIORITÉ EN 2012

L'année 2012 a été marquée par la réorganisation de la Direction des Ressources Humaines Groupe. Multiculturelle, elle est organisée par pays et/ou par entité, de façon à assurer une plus grande proximité avec les collaborateurs. Elle s'est fixé pour priorité la structuration et le déploiement dans l'ensemble du Groupe d'un programme de développement des talents (déjà mis en place en Europe du Nord). Une équipe dédiée, composée du responsable Recrutement et Développement des talents et du responsable Formation Groupe, a donc été créée pour piloter cette démarche. Un programme de développement des talents à destination des managers et des experts a été lancé en 2012 en France.

CONFÉRENCE SUR LE CLIMAT, LA PAROLE AUX ENFANTS

Dans le droit fil de la conférence de Rio sur le développement durable, le Center Parcs de De Eemhof, aux Pays-Bas, a imaginé une *Kid's Climate Conference*. Organisée en partenariat avec l'ONG *Kids moving the world*, elle a rassemblé 130 enfants de 10 à 12 ans dont les propositions, reprises dans un *book*, ont été remises à la délégation du gouvernement néerlandais en charge du développement durable.

L'EXPOSITION FLORIADE 2012 CHOISIT LES COMPÉTENCES DE CENTER PARCS

Avec plus de 35 000 espèces végétales au sein des domaines européens, Center Parcs contribue à faire découvrir au grand public les plantes venues d'ailleurs. Ce n'est donc pas un hasard si la plus grande exposition d'horticulture au monde, la Floriade, qui s'est tenue d'avril à octobre 2012 à Venlo, aux Pays-Bas, a confié à Jean Henskens, l'architecte biologiste de Center Parcs, la conception de la serre tropicale de cette exposition universelle.



Une des deux équipes du Groupe lors de l'épreuve de canoë du Free Handi'se Trophy.



Pour la 3^e année

consécutive, le Groupe figure parmi les 44 entreprises retenues pour l'indice Gaia 2012/2013 (l'indice ISR des Small and Mid Caps) avec une note en progression de +30% par rapport à 2011.

21 619 enfants

ont participé aux animations Eco'lidays proposées en 2012 dans les villages clubs Pierre & Vacances sous la houlette de la mascotte Happyz et à l'animation « Quand j'serai grand, j'serai gardien de la forêt » proposée dans les domaines Center Parcs en France. 39 animateurs ont été formés aux différents messages à véhiculer aux enfants à travers ces animations Eco'lidays, notamment sur les énergies renouvelables et la pollinisation.

1^{er} roadshow en Espagne

155 collaborateurs ont été sensibilisés aux enjeux du développement durable lors de cinq sessions qui se sont concentrées cette année sur les sites espagnols.

SUR LA LIGNE DE DÉPART DU PREMIER FREE HANDI'SE TROPHY

Une équipe de quatre collaborateurs du Groupe a participé, du 25 mai au 2 juin 2012, au *Free Handi'se Trophy*, la première édition d'un raid interentreprises opposant, sur 800 kilomètres entre Lyon et Bordeaux, 11 équipes composées de deux personnes valides et de deux personnes en situation de handicap. L'occasion de communiquer de façon positive sur les situations de handicap, en interne comme vers le grand public.

24%
des sites du
Groupe labellisés
(Clef Verte, Ecolabel Européen,
ISO 14001).



HANDICAP, LA PISTE LOCALE

En 2012, la Mission Handicap du Groupe a organisé six rencontres en région pour rapprocher les directeurs de site et les acteurs locaux du secteur protégé (Cap Emploi, Esat, Réseau handicap Adecco ou CRIT Intérim...).

TOP EMPLOYER NETHERLANDS 2012

Center Parcs Pays-Bas a été déclaré *Top Employer Netherlands* 2012 par l'institut indépendant de recherche *CRF Institute*, sur la base d'un questionnaire de 200 items portant sur les initiatives en matière de politique ressources humaines destinées aux salariés.



Un engagement qui crée de la valeur

Convaincu que ses actions en faveur du développement durable sont créatrices de valeur, le Groupe a réaffirmé en 2012 son engagement et a formalisé, en concertation avec ses parties prenantes, une nouvelle vision de sa politique dans ce domaine.

Une démarche créatrice de valeur

Formalisée depuis 2005, la démarche Développement Durable de Pierre & Vacances-Center Parcs a contribué à la performance globale de l'entreprise tout en renforçant son positionnement de leader du tourisme de proximité. À travers sa démarche Développement Durable, Pierre & Vacances-Center Parcs agit pour limiter les impacts de ses activités sur l'environnement. Mais son ambition est aussi et surtout de créer de la valeur, à court et long terme, en la partageant avec ses parties prenantes (collaborateurs, collectivités locales, clients, propriétaires, actionnaires, investisseurs...). En interne, cette démarche favorise l'implication des salariés autour d'engagements partagés par tous. Elle enrichit également les expertises sur des sujets émergents, aidant ainsi l'entreprise à mieux appréhender les nouvelles réglementations. Elle induit également une collaboration avec le tissu économique local qui s'inscrit dans la durée, dans une relation pérenne avec un territoire, au-delà du seul aspect économique. En s'implantant dans une région, le Groupe se place en effet dans la perspective d'un avenir partagé avec les acteurs locaux et ses sites sont autant de portes ouvertes sur un territoire, ses richesses naturelles et culturelles.

La démarche Développement Durable participe aussi à l'optimisation des coûts d'exploitation, à travers la construction de bâtiments économes, le recours aux énergies renouvelables ou encore le management environnemental. Par ailleurs, l'engagement du Groupe dans une démarche de labellisation lui permet de se différencier et de faire valoir la qualité environnementale de son offre et son implication dans l'économie locale, auprès de ses clients et propriétaires, de plus en plus attentifs à ces sujets. Enfin, la formalisation de sa démarche, à travers un *reporting* spécifique, lui permet de voir ses performances extra-financières reconnues par les actionnaires, les investisseurs et les différents indices spécialisés.

Une nouvelle politique Développement Durable

En 2012, la clôture du plan d'actions Développement Durable 2008 / 2011 a été l'occasion pour le Groupe de donner une nouvelle impulsion à sa politique Développement Durable. Dans un contexte économique délicat, il a réaffirmé son engagement et a formalisé sa politique selon un principe de co-construction. Chacun des membres du COMEX a été sollicité lors d'entretiens individuels pour contribuer à l'élaboration de cette nouvelle politique. Le Groupe a également associé ses parties prenantes internes et externes à la démarche, en organisant en novembre 2011 un *workshop* dédié.

Un *workshop* pour co-construire la nouvelle politique Développement Durable

Près de 80 personnes, dont 18 extérieures au Groupe, ont participé en novembre 2011 au premier *workshop* Développement Durable organisé par le Groupe. Un vrai succès pour un rendez-vous associant pour la première fois les différentes parties prenantes de l'entreprise. L'objectif de cette journée de travail était de poser les bases de la nouvelle politique Développement Durable du Groupe et de définir les priorités de ses actions futures.

Après une séance plénière, les participants ont pu, en atelier, formuler des propositions. Une attention particulière a été portée à l'éco-conception de l'évènement: 80% des participants venus en transport en commun, des repas composés de produits bio et issus du commerce équitable, réalisation d'un bilan carbone et compensation des émissions de gaz à effet de serre.

Les principes fondamentaux de la nouvelle politique Développement Durable du Groupe

Cette nouvelle politique est l'occasion de réaffirmer l'ambition du Groupe:

- contribuer au développement d'un tourisme durable, en concevant des sites qui s'intègrent le mieux possible dans l'environnement naturel et culturel des territoires où ils s'implantent,
- proposer à ses clients de vraies vacances, offrant des moments forts de reconnexion aux autres et à la nature,
- contribuer au dynamisme économique local en matière d'emplois, de retombées économiques ou encore de valorisation du patrimoine culturel et naturel.

Cette ambition forte repose sur quatre principes fondamentaux:

la proximité / l'exemplarité /
l'intégration / l'anticipation & l'innovation.

Intégralité de la politique disponible sur www.groupepvcpc.com



62%
des clients
du Center Parcs
des Trois Forêts
ont visité la région ou
pratiqué une activité en
dehors du domaine.



L'implantation du Center Parcs de l'Ailette

dans l'Aisne, a permis la création, en phase d'exploitation, de près de 800 postes directs et indirects. 68 recrutements ont été effectués sur la seule période de 2011 / 2012 dont 61 en CDI. De plus, selon une étude réalisée à la demande du Conseil général de l'Aisne, les retombées économiques pour le département de l'Aisne liées aux dépenses des visiteurs du domaine ont été évaluées à 4,5 millions d'euros en 2011.



Une démarche globale, portée par l'ensemble de l'entreprise

Inscrite à tous les niveaux de l'organisation, de la direction générale aux sites, la démarche Développement Durable du Groupe est aujourd'hui déployée selon une approche « cycle de vie ».

Le *business model* du Groupe intègre le développement, la commercialisation immobilière, la construction, l'exploitation touristique des sites et leur rénovation. Ce positionnement unique lui permet d'aborder de façon transversale les problématiques de développement durable, à travers une approche « cycle de vie ».



Des outils pour mieux piloter la performance

Le Groupe est aujourd'hui doté d'outils de pilotage qui couvrent progressivement l'ensemble des marques, des départements et des directions. Ils permettent de mesurer, de suivre et de faire remonter les données qualitatives et quantitatives en matière de développement durable et de piloter les performances environnementale, sociale et sociétale de chaque entité.

Ces outils sont les suivants :

- **Pilotage global de la démarche** : objectifs Développement Durable annuels par direction, indicateurs de performance extra-financière
- **Exploitation** : système de management des performances environnementale, sociale et sociétale BEST!, outil de suivi des énergies et de l'eau ICARE
- **Construction et Rénovation** : Règles d'or
- **Ressources Humaines** : enquête de satisfaction DELIGHT, outil de gestion des talents OLÉ!
- **Achats** : questionnaire social et environnemental envoyé à tous les fournisseurs, audits SA 8000 pour les fournisseurs issus des pays à risque.



APPROCHE « CYCLE DE VIE » Pierre & Vacances-Center Parcs



1 & 3

DÉVELOPPEMENT ET CONSTRUCTION / RÉNOVATION

- Choix des sites d'implantation les moins sensibles en matière de biodiversité (diagnostic systématique préalable à l'implantation...)
- Des plans masse adaptés aux contraintes environnementales (minimiser le défrichement et l'impact sur la faune et la flore, maintenir ou restaurer le régime hydrographique existant...)
- Des Règles d'or de la construction durable : des systèmes économes (eau, électricité...), des matériaux éco-responsables et des standards de performance énergétique exigeants (ex. à l'Aqua Mundo du Center Parcs des Trois Forêts : un système de ventilation naturelle, quatre couches d'isolation et le stockage nocturne de l'eau des bassins extérieurs)
- Des installations d'énergies renouvelables (ex. des chaufferies bois pour l'extension d'Avoriaz et le Center Parcs des Trois Forêts)
- Une Charte chantier vert visant à minimiser les nuisances avec des exigences fortes en matière de gestion des déchets, de pollution de proximité...
- Le recours à des prestataires locaux (ex. 900 emplois créés pendant la construction du Center Parcs des Trois Forêts)
- Des Règles d'or de la rénovation

2

EXPLOITATION TOURISTIQUE

- Des outils de management : BEST!, ICARE
- Des sites labellisés et certifiés : Clef Verte, Ecolabel Européen, ISO 14001
- La sensibilisation des collaborateurs et des clients aux enjeux du développement durable (y compris à l'accueil des personnes handicapées)
- Des produits d'entretien écologiques
- Une gestion différenciée des espaces verts et de nature
- Le tri sélectif
- Des produits bio et issus du commerce équitable et des spécialités locales à la carte
- Des achats locaux (ex. un tiers des achats du Center Parcs de l'Ailette réalisé dans la région dès la première année d'exploitation)
- Une politique de recrutement favorisant la diversité, l'emploi des jeunes et des seniors

2013, aller plus loin avec l'ensemble des parties prenantes

Pour conforter ses acquis, rendre plus visibles auprès de ses clients ses performances développement durable et anticiper les sujets émergents, le Groupe entend concentrer demain ses actions autour de quatre axes principaux.

1 - Poursuivre le déploiement du système de management durable

Le Groupe souhaite formaliser ses standards et ses pratiques de développement durable via notamment le déploiement de BEST !*. Ce système de management des performances environnementale, sociale et sociétale permet de piloter sur le terrain la démarche Développement Durable et d'améliorer les performances des sites en la matière. Il a été étendu en 2012 aux sites espagnols du Groupe. Le Groupe souhaite également renforcer son reporting extra-financier de façon à mieux analyser les liens entre performance développement durable et performance économique.

BEST !* est un système de management interne des performances environnementale, sociale et sociétale des sites. Les sites procèdent chaque année à une auto-évaluation qualitative des actions qu'ils ont mises en place, sur 18 enjeux liés à leur Démarche Développement Durable. Selon leur performance sur chaque enjeu, ils se voient attribuer une note allant de 1 (niveau le plus bas) à 5 (niveau le plus élevé/action exemplaire). Ils construisent, sur la base de cette auto-évaluation, leur plan d'actions pour l'année à venir. Un audit interne est par ailleurs mené sur un échantillon de sites. Son référentiel s'inspire des labels développement durable les plus exigeants et s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue.



Une participation active à la réflexion du secteur

Pierre & Vacances-Center Parcs participe à de nombreux groupes de travail du secteur. Il est membre du groupe de travail G17 « hébergements touristiques » de la plateforme ADEME / AFNOR sur l'affichage environnemental. Il est également membre du Comité français pour le développement durable du tourisme, un lieu d'échange de bonnes pratiques et de concertation des acteurs piloté par le Ministère du tourisme. Le Groupe prend part au programme européen OFFICAIR piloté en France par l'Observatoire de la Qualité de l'Air Intérieur dans le cadre du Bail Vert conclu pour les locaux du siège. Enfin, il a participé au groupe de travail qui a construit le référentiel du label Ecojardin, label de gestion écologique des jardins et espaces verts.

2 - Mener une réflexion partagée avec le secteur

En tant qu'acteur du tourisme responsable, le Groupe va intensifier le dialogue avec ses parties prenantes autour de sujets émergents, à travers des réunions ou des *workshops*, et poursuivre sa participation à des groupes de travail sectoriels sur des thématiques comme l'harmonisation des indicateurs ou l'affichage environnemental. Par ailleurs, il travaille à renforcer son positionnement comme valeur ISR (Investissement Socialement Responsable), notamment en améliorant son reporting grâce à un certain nombre d'actions : audit des indicateurs extra-financiers, *roadshow* ISR, réponse aux sollicitations des indices et agences de notation extra-financière (Gaia Index, Vigeo, Federal Finance...).

3 - Auprès des clients : valoriser les actions, sensibiliser aux enjeux

Les actions de sensibilisation des enfants aux enjeux du développement durable, à travers des animations comme Eco'lidays, vont être enrichies, ainsi que la sensibilisation des clients pendant leur séjour, notamment sur les bons gestes à adopter. Les clients, aujourd'hui consultés via un questionnaire de satisfaction envoyé systématiquement à leur retour de séjour, seront de plus en plus impliqués dans l'élaboration des nouvelles offres. Par ailleurs, les démarches de labellisation (Clef Verte, Ecolabel Européen, HQE) vont être poursuivies et pourront être étendues en fonction des opportunités de financement.

4 - Approfondir le savoir-faire sur les sujets émergents et le cœur de métier

Enfin, le déploiement de la politique Développement Durable permet à Pierre & Vacances-Center Parcs d'enrichir le savoir-faire de ses équipes sur des sujets émergents comme la préservation de la biodiversité. Ainsi, la démarche de gestion écologique des espaces verts et de nature, qui sera déployée en 2013 sur les plus grands sites, s'appuie sur des outils de gestion développés par un groupe de travail interne composé de sites pilotes. Cette démarche s'enrichira des retours d'expérience de chaque site.

BEST 2011/2012

Campagnes de novembre-décembre 2011 et de mai-août 2012

	Note moyenne sur 5	1	2	3	4	5
1 Organiser l'évaluation et l'amélioration continue	2,2		▲			
2 Impliquer les collaborateurs	1,8		▲			
3 Sensibiliser les clients	non disponible*					
4 S'intégrer dans la vie locale	2,4			▲		
5 Engager les sous-traitants	2,0		▲			
6 Consommer efficacement l'énergie électrique	2,0		▲			
7 Optimiser le fonctionnement des installations de combustion	0,4	▲				
8 Optimiser les installations frigorifiques	0,7	▲				
9 Consommer l'eau au juste besoin	2,1		▲			
10 Trier, valoriser les déchets non dangereux	2,5			▲		
11 Dépolluer, traiter les déchets dangereux	2,0		▲			
12 Maîtriser les risques de pollution accidentelle	1,9		▲			
13 Surveiller les rejets dans le milieu naturel	2,6			▲		
14 Utiliser les véhicules sobrement	2,1		▲			
15 Gérer de façon écologique les espaces verts	1,4		▲			
16 Proposer une restauration et une alimentation responsables	0,6	▲				
17 Développer une politique sociale responsable	2,1		▲			
18 Appliquer une politique d'achats responsables	3,2				▲	

* information non disponible suite à un problème informatique lors de la campagne hiver 2011/12

Périmètre : Pierre & Vacances, Maeva, Pierre & Vacances premium, Pierre & Vacances villages clubs, Adagio, Center Parcs en France et Pierre & Vacances Espagne

Total des sites répondants : 190 - taux de réponse : 71 %



7 465
salariés ETP
(équivalent temps plein,
effectifs moyens annuels)

1 419
millions d'euros de chiffre d'affaires
au 30 septembre 2012

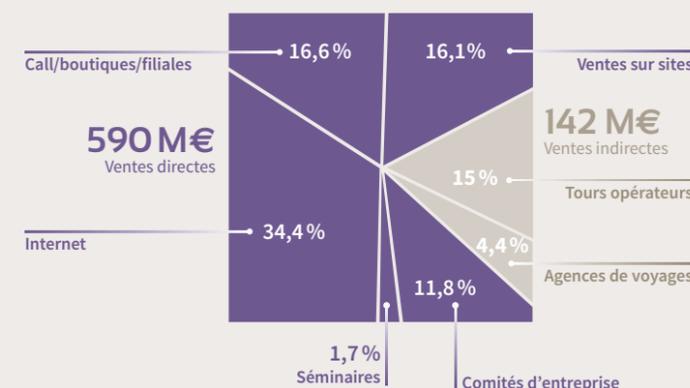
RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ACTIVITÉ
en millions d'euros au 30 septembre 2012

Tourisme
1 107,5 M€
78 %

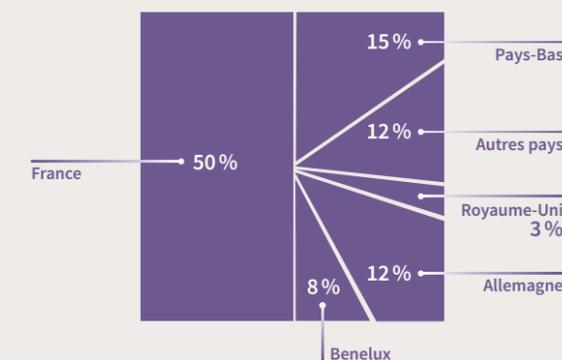
Immobilier
311,5 M€
22 %

732 M€ CHIFFRE D'AFFAIRES DE LOCATION au 30 septembre 2012

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CANAL DE DISTRIBUTION



RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ORIGINE DE CLIENTÈLE



INDICATEURS SOCIAUX 2011 / 2012

RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR PAYS

France	5 158
Belgique	2 490
Pays-Bas	2 994
Allemagne	822
Espagne	231
TOTAL	11 695

RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR ÂGE

Moins de 25 ans	13,0 %
Entre 25 ans et 45 ans	50,4 %
Plus de 45 ans	27,5 %
Plus de 55 ans	9,1 %

RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR TYPE DE CONTRAT

CDI	71,1 %
CDD	14,6 %
Autres (stages, alternance, contrats temporaires)	14,3 %

PROPORTION DE FEMMES AU SEIN DES EFFECTIFS DU GROUPE

61,2 %

PROPORTION DE FEMMES DANS L'ENCADREMENT

48,2 %

Périmètre : Groupe
(hors Aparthotels Adagio à l'étranger et Pierre & Vacances Maroc)

Intégralité des indicateurs sociaux, sociétaux et environnementaux dans le rapport de gestion du Rapport Financier Annuel

AUTRES DONNÉES FINANCIÈRES au 30 septembre 2012

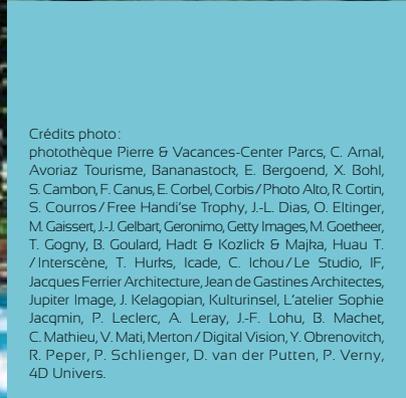
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

-7 millions d'euros dont Tourisme (-18,5 M€) et Immobilier (11,5 M€)

RÉSULTAT NET

-27,4 millions d'euros

RATIO « dette bancaire nette / fonds propres » 14,8 %



Crédits photo:
 photothèque Pierre & Vacances-Center Parcs, C. Arnal, Avoriaz Tourisme, Bananastock, E. Bergoend, X. Bohl, S. Cambon, F. Canus, E. Corbel, Corbis/Photo Alto, R. Cortin, S. Courros / Free Hand'se Trophy, J.-L. Dias, O. Eltinger, M. Gaisser, J.-J. Gelbart, Geronimo, Getty Images, M. Goetheer, T. Gogny, B. Goulard, Hadt & Kozlich & Majha, Huau T. / Interscène, T. Hurts, Icade, C. Ichou/Le Studio, IF, Jacques Ferrier Architecture, Jean de Gastines Architectes, Jupiter Image, J. Kelagopian, Kulturinsel, L'atelier Sophie Jacqmin, P. Leclerc, A. Leray, J.-F. Lohu, B. Machet, C. Mathieu, V. Mati, Merton / Digital Vision, Y. Obrenovitch, R. Peper, P. Schlienger, D. van der Putten, P. Verny, 4D Univers.



Groupe
Pierre & Vacances
CenterParcs

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
 Email: infofin@fr.groupepvcp.com

RELATIONS PRESSE
 Tél.: +33 (0)1 58 21 54 61
 Email: valerie.lauthier@fr.groupepvcp.com

www.groupepvcp.com



Conception graphique et réalisation:
ENJOY:) CORPORATE

