



Groupe
Pierre & Vacances
CenterParcs

Résultats annuels 2022/2023

1 DÉCEMBRE 2023



Performance opérationnelle record pour 2022/2023⁽¹⁾, en forte progression par rapport à 2022⁽²⁾ et à 2019, et supérieure aux dernières prévisions financières

- **CA Tourisme : 1 742 m€** (prévision initiale à 1 660 m€, revue en avril 2023 à plus de 1 700 m€)
⇒ +12.8% vs. FY 2022 et +27.6% vs. FY 2019 ;
- **EBITDA ajusté⁽³⁾ : 137 m€** (prévision initiale à 105 m€, revue en avril 2023 à plus de 130 m€) :
⇒ +30% vs. FY 2022 et +74% vs. FY 2019 ;
- **Génération de trésorerie opérationnelle⁽⁴⁾ : 56 m€** (prévision initiale à 37 m€, revue en avril 2023 à plus de 50 m€).



Un Groupe profondément transformé, exécutant sa stratégie RéInvention avec des résultats probants :

- **Des performances financières en avance d'un an sur le plan**, redressement de la profitabilité et croissance dans toutes les marques ;
- **Une proposition d'offre qualitative et cohérente** en termes de produits, services et expérience client.



Tendances positives des réservations pour le premier semestre 2024, en hausse par rapport à l'année précédente

Prévision de FY 2024 EBITDA ajusté compris entre 145 m€ et 150 m€.



(1) selon reporting opérationnel

(2) Retraité de l'incidence des produits non-récurrents (subventions et accords relatifs aux négociations de loyers) enregistrés dans l'EBITDA ajusté du 1er semestre de l'exercice 2021/2022.

(3) EBITDA ajusté = résultat opérationnel courant issu du Reporting opérationnel (résultat opérationnel consolidé avant autres produits et charges opérationnels non courants, hors incidence des normes IFRS 11 et IFRS 16), retraité des provisions et dotations nettes aux amortissements sur actifs opérationnels immobilisés. L'EBITDA ajusté s'entend en ce compris le bénéfice de l'économie de loyers réalisée par le projet Villages Nature au résultat des accords conclus en mars 2022, d'un montant de 14,4 millions d'euros au titre de l'exercice 2022/23, de 14,6 millions d'euros au titre de l'exercice 2023/2024, de 8,9 millions d'euros au titre de l'exercice 2024/2025 et de 4,0 millions d'euros au titre de l'exercice 2025/2026.

(4) Flux de trésorerie opérationnels, après capex et avant éléments non-récurrents et flux liés aux activités de financement.

01

Résultats annuels* 2022/2023

*Selon le reporting opérationnel du Groupe, c'est-à-dire en excluant l'impact des règles comptables IFRS11 et IFRS16.

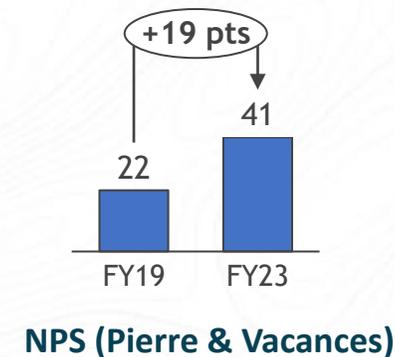
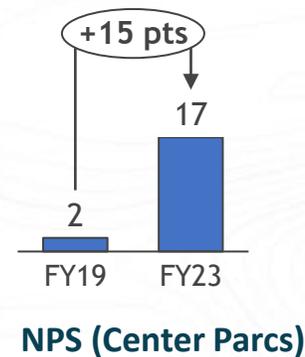
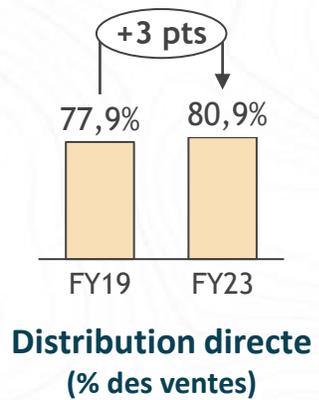
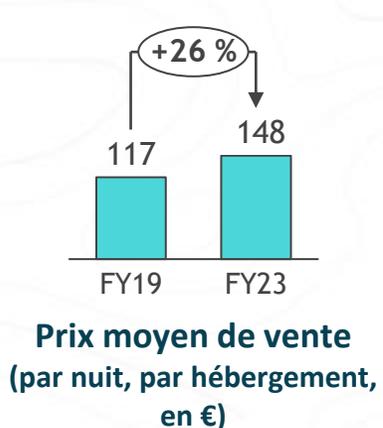
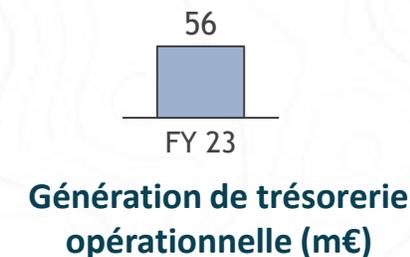
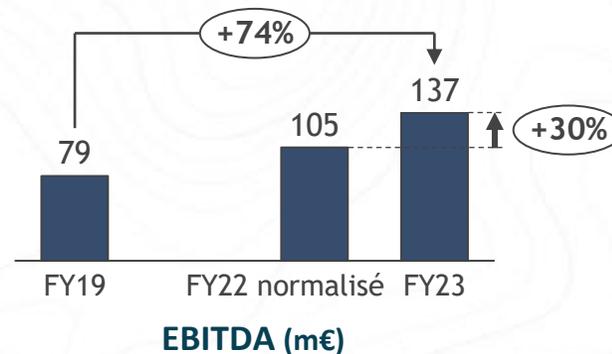
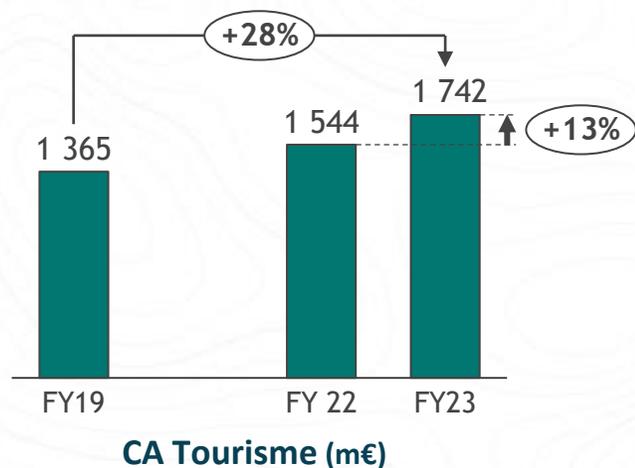
Résultats en cours d'audit par les commissaires aux comptes, et arrêtés par le Conseil d'Administration de Pierre et Vacances SA le 30 novembre 2023.



Groupe

Pierre & Vacances
CenterParcs

Évolution des chiffres clés FY 2019 - FY 2023



Net Promoter Score : différence entre le nombre de « promoteurs » et de « détracteurs » à la question « recommanderiez-vous ce site à vos amis et famille ? »

Performances solides du CA FY 2023...

FY 2023 – CA Groupe

1 915 m€



Activités touristiques 1 742 m€

+13 % vs 2022, + 28% vs 2019

- Hébergement : **1 357 m€ (+12,9%)**
 T.O ⁽¹⁾ : 74.4% (+0,8 pts)
 PMV ⁽²⁾ : 148 € (+8,8%)
- CA Autres activités : **384 m€ (+12,3 %)**



Autres chiffres d'affaires : 173 m€

CA Hébergement

 **CenterParcs**

850 m€ (+13,1 %)
 TO 76,6 % (+1,2 pts)
 PMV 178 € (+5,2 %)

 **PIERRE & VACANCES**

299 m€ (+3.4%)
 TO 70,1 (-1,5 pts)
 PMV 120 € (+6,6 %)
 RevPAR PV FR : +6,8 %

ADAGIO
 APARTHOTEL

209 m€ (+29,1 %)
 TO 75,6 % (+3,2 pts)
 PMV 109 € (+23,7 %)

... et des tendances de réservation positives pour la saison automne/hiver

Les réservations touristiques à ce jour, en hausse par rapport à l'année précédente, représentent 2/3 de l'objectif budgété pour le premier semestre 2024 et 1/3 de l'objectif budgété pour l'ensemble de l'exercice.

(1) T.O = Taux d'occupation
 (2) PMV = Prix Moyen de Vente

EBITDA ajusté record pour l'exercice 2022/2023, supérieur aux dernières prévisions :
+30 % (+32 m€) vs. 2022, +74 % (+59 m€) vs. 2019

P&L Reporting opérationnel (m€)	2022/23	2021/22	2018/19
CHIFFRE D'AFFAIRES	1 914,6	1 769,8	1 672,8
1 EBITDA AJUSTE	137,1	156,5	78,6
EBITDA FY 2022 normalisé		105,2*	
Center Parcs	138,0	102,9	
P&V	10,1	5,6	
Adagio	34,4	10,2	
Grands Projets & Senioriales	(35,7)	(10,2)	
Corporate	(9,8)	(2,7)	
Produits non-récurrents		50,7	
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT	90,1	98,6	30,9
Gain provenant de la restructuration de la dette	-	418,4	
2 Charges et produits financiers	(24,7)	(100,7)	
3 Autres charges et produits opérationnels	(59,1)	(53,1)	
QP résultat des sociétés mises en équivalence	(0,2)	(1,6)	
4 Impôts	(26,7)	(36,6)	
5 Résultat net	(20,6)	325,0	(33,0)

1 Performance opérationnelle

EBITDA ajusté: 137 m€

- Croissance de la profitabilité sur toutes les marques touristiques
 - + 30% vs. 2022* et +74% vs 2019
 - Hausse de l'activité (CA touristique: +198 m€ vs 2022)
 - Gestion rigoureuse des coûts : 38 m€ d'économies en FY 2023
- ⇒ nous permettant de mieux absorber les coûts fixes et de plus que compenser l'inflation des coûts énergétiques et salariaux.

* Retraité de l'impact des produits non récurrents (subventions et accords de négociation de loyers) enregistrés dans l'EBITDA ajusté de l'exercice 2022 pour 51 m€.

Autres éléments du P&L

P&L Reporting opérationnel (m€)	2022/23	2021/22	2018/19
CHIFFRE D'AFFAIRES	1 914,6	1 769,8	1 672,8
1 EBITDA AJUSTE	137,1	156,5	78,6
EBITDA FY 2022 normalisé		105,2*	
Center Parcs	138,0	102,9	
P&V	10,1	5,6	
Adagio	34,4	10,2	
Grands Projets & Senioriales	(35,7)	(10,2)	
Corporate	(9,8)	(2,7)	
Produits non-récurrents		50,7	
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT	90,1	98,6	30,9
Gain provenant de la restructuration de la dette	-	418,4	
2 Charges et produits financiers	(24,7)	(100,7)	
3 Autres charges et produits opérationnels	(59,1)	(53,1)	
QP résultat des sociétés mises en équivalence	(0,2)	(1,6)	
4 Impôts	(26,7)	(36,6)	
5 Résultat net	(20,6)	325,0	(33,0)

2 Charges et produits financiers

Charges financières : 24.7 m€ vs. 100.7 m€ en 2022 :

- Rappel FY 2022 : les frais financiers comprennent 42 m€ de coûts encourus dans le cadre de la restructuration du groupe.
- Les charges financières de FY 2023 sont en forte baisse du fait (i) du désendettement massif du Groupe dans le cadre de la restructuration financière finalisée le 16 septembre 2022, et (ii) des revenus des placements financiers.

Rappel : gain provenant de la restructuration de la dette 418.4 m€ en FY 2022

- Conversion de 555 m€ de dette en capital :
 - Capital / prime d'émission : +136.4 m€ (juste valeur des actions émises en échange, basée sur le cours de bourse du 16 septembre 2022)
 - Résultat financier "Gain provenant de la restructuration de la dette" : +418.4 m€ (différence entre la valeur comptable de la dette initiale, soit 554,8 m€, et la juste valeur des actions émises)

Autres éléments du P&L

P&L Reporting opérationnel (m€)	2022/23	2021/22	2018/19
CHIFFRE D'AFFAIRES	1 914,6	1 769,8	1 672,8
1 EBITDA AJUSTE	137,1	156,5	78,6
EBITDA FY 2022 normalisé		105,2*	
Center Parcs	138,0	102,9	
P&V	10,1	5,6	
Adagio	34,4	10,2	
Grands Projets & Senioriales	(35,7)	(10,2)	
Corporate	(9,8)	(2,7)	
Produits non-récurrents		50,7	
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT	90,1	98,6	30,9
Gain provenant de la restructuration de la dette	-	418,4	
2 Charges et produits financiers	(24,7)	(100,7)	
3 Autres charges et produits opérationnels	(59,1)	(53,1)	
QP résultat des sociétés mises en équivalence	(0,2)	(1,6)	
4 Impôts	(26,7)	(36,6)	
5 Résultat net	(20,6)	325,0	(33,0)

3 Autres charges opérationnelles

- Dépréciation d'actifs immobiliers et de stocks, notamment de Senioriales pour 55,5 m€, dans le cadre du processus de cession en cours ;
- Reconnaissance des plans de participation des cadres mis en place parallèlement à la restructuration du groupe : -12.4 m€.
- Partiellement compensé par un produit de 21,1 m€ lié à la prise de contrôle de Villages Nature.

4 Impôts

- Impôts sur les résultats s'élevant à -26,7 m€, principalement en Allemagne et aux Pays-Bas.

5 Résultat net

- Résultat net de -20,6 m€, dont -59 m€ de charges opérationnelles non récurrentes (principalement liées à Senioriales dans le cadre du processus de cession en cours). Sans cet élément non récurrent, le résultat net aurait été largement positif.

Près de 470 m€ de trésorerie, conduisant à une dette financière nette négative
 56 m€ de génération de trésorerie opérationnelle sur l'exercice 2023

DETTE FINANCIERE NETTE (m€)	30.09.23	30.09.22	Évolution
Dette réinstallée (maturité Sep. 2027)	302,5	302,5	
Prêt Garanti par l'Etat (maturité Sep. 2027)	25,0	25,0	
Crédits d'accompagnement immobilier	58,4	56,9	
Autres (y compris intérêts courus)	3,9	19,1	
Endettement brut	389,8	403,6	(13,7)
Trésorerie	(468,8)	(470,3)	+1,5
DETTE FINANCIERE NETTE	(79,0)	(66,8)	(12,2)

*dont 318,5 m€ placés en dépôts ou comptes à terme (taux d'intérêt moyen de 3,2 %).

VARIATION DE LA DETTE FINANCIERE NETTE (m€)	30.09.23
EBITDA	137,1
Retraitement des éléments non-cash	23,8
EBITDA cash	160,9
Variation de BFR	49,7
Capex	(118,7)
Impôts	(36,2)
Génération de trésorerie opérationnelle	55,6
Flux de financement	(30,7)
Autres éléments non-récurrents	(26,5)
Variation de la trésorerie	(1,5)
Variation de la dette brute	(13,7)
VARIATION DE LA DETTE FINANCIERE NETTE	(12,2)

En 2023, le Groupe a généré une trésorerie opérationnelle de 55,6 m€, provenant de l'EBITDA et de la variation du besoin en fonds de roulement (49,7 millions d'euros), permettant de couvrir les CAPEX (-118,7 millions d'euros) et l'impôt (-36,2 millions d'euros).

02

Principales Réalisations 2023



Groupe

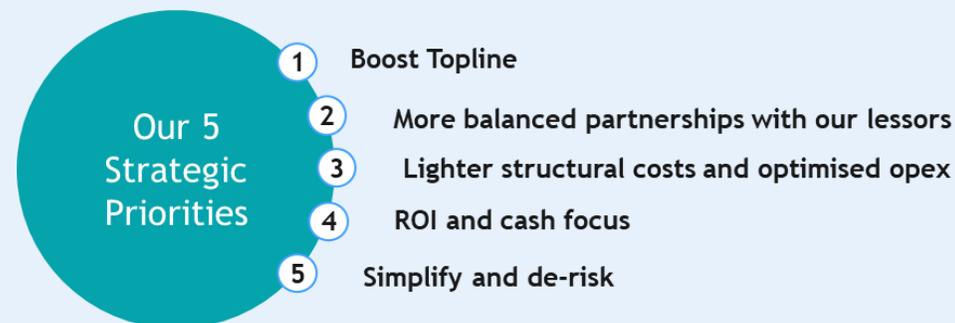
Pierre & Vacances
CenterParcs

Un Groupe transformé

- Un business model réinventé, centré sur les activités touristiques
- Nouveaux actionnaires, nouvelle gouvernance, renouvellement du Comex
- Une situation financière saine avec des fonds propres reconstitués et une dette nette négative après les opérations de restructuration finalisées en septembre 2022

RéInvention

une stratégie claire, axée sur l'excellence opérationnelle, la RSE et l'expérience client



FY 2023:

premières réalisations tangibles et exécution des plans

- Solides performances financières en avance sur le plan RéInvention et amélioration de la satisfaction clients
- Focus sur les fondamentaux communs pour toutes les marques : qualité de l'offre, expérience client et relations avec les employés et les propriétaires.
- Mise en exécution des 5 priorités stratégiques du plan RéInvention

Réduction des coûts de 38 m€ en 2023, soit 8 m€ de plus que l'objectif du plan d'économies de 30 m€

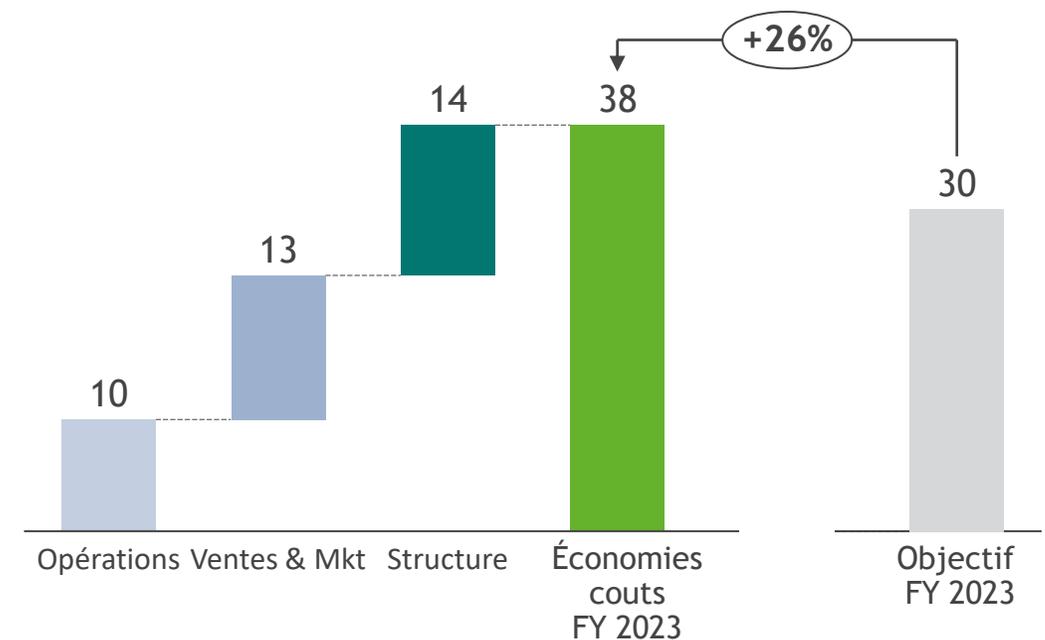
Actions générant des économies en 2023

- Externalisation de la paie (France) en avril 2023
- Externalisation de la comptabilité en juillet 2023
- Réduction de la consommation d'énergie, environ 6 % pour le gaz pour CP, 7 % pour l'électricité pour PV
- Économies sur les achats
- Réduction de la superficie du siège
- Unification de la gestion de PV France et PV Espagne ; 8 m€ d'économies générées en 2023
- Coûts de structure : -0,5 point, de 9 % en 2022 à 8,5 % en 2023

Actions lancées en 2023 générant des économies sur les années à venir

- Externalisation de la comptabilité
- Réduction des coûts informatiques
- Économies sur les achats
- Optimisation de la maintenance
- Projets informatiques structurels, système central de réservation, système Revenue Management, passage au Cloud

Détail des économies de coûts (en m€)



Principales réalisations par BLs



Actions stratégiques

Réalisations

Nouvelle identité de marque et campagne publicitaire

- 70 à 90 % de nos clients perçoivent la nouvelle identité de la marque Center Parcs comme moderne, haut de gamme et unique.

Poursuite du plan de rénovation du parc : 87 m€ exécutés en 2023

- 11 domaines rénovés en 2023
- Villages AroundTown livrés
- Eifel réouvert en mai 2023. Entièrement rénové
- Trois Forêts et Chaumont : travaux de rénovation des cottages en cours

Offrir une expérience immersive

- Conception de programmes d'activités Nature
- Co-crée avec nos partenaires (F&B, loisirs, bien-être) un plan d'amélioration des produits et services

Digital et data

- Lancer un nouveau RMS/nouveau CRS/nouveau PMS
- Segmentation de la base de données
- Projet de personnalisation, IA...

Pricing power

- Mise en place de leviers d'optimisation
- Un large éventail de prix entre les domaines et entre les catégories de cottages

- 95% des parcs sont désormais rénovés (+9pts vs 22), avec un mix de cottages premium :

- 24% VIP (+5pts vs FY19),
- 40% Premium (+8pts vs FY19)
- 36% Comfort (-14pts vs FY19)

- NPS +23pts sur Eifel

- Sentier nature, ateliers nature; ferme, ludification de la nature => 13% des domaines concernés

- Co-création avec les partenaires : impact positif sur les dépenses par client - +11% par rapport à N-1

- 83 % des villages sont entièrement digitalisés (cottages, kiosques et accès à AquaMundo) en 2023, contre 18 % en 2019.

- Inter-cottage overbooking (impact différentiel de + 1,5 m€ sur FY 2023)
- Prix choix localisation (impact incrémental + 1,5 m€ sur FY 2023)
- Révision des tarifs mid-week en dehors des périodes de vacances (+11€ dans le PMV, sans impact sur le volume).



Modernisation et repositionnement des produits



Digital et data



Pricing power

Principales réalisations par BLs



Actions stratégiques

Réalisations



Efficacité opérationnelle

Efficacité opérationnelle

- Rationalisation du portefeuille
- Réalisation d'importants projets de réduction des coûts
- Unification du management de Pierre & Vacances France et Espagne

- Réduction du nombre de sites « low performers » : 10% du stock PV France en 2023 vs 34% en 2019
- 8 m€ d'économies réalisées en 2023
 - Externalisation de la comptabilité et de la paie pour P&V FR
 - Réduction des coûts de structure pour PV Espagne



Modernisation et repositionnement des produits

Nouveau positionnement de Pierre & Vacances "Être là" et campagne publicitaire

Rénovation des résidences :

- 8 résidences rénovées en 2023

- 2 prix pour la campagne publicitaire
- 3^{ème} marque touristique en France (notoriété >70%)
- 1^{ère} marque « Relation client » dans le secteur du tourisme en France (Kantar)

- Forte augmentation du NPS grâce à la rénovation (ex : Douarnenez NPS +33pts / RevPar +16%, Cannes Verrerie : NPS +48pts/RevPar+15%, Houlgate : NPS+33pts/RevPar +8%) ...



Respect de l'environnement

Vacances bas carbone

- Racines locales
- Destinations accessibles - mobilité douce

- un catalogue de +3 000 activités locales
- 71 résidences accessibles en train, location de vélos dans 35 résidences et 18 résidences équipées de bornes de recharge électrique



Pricing power

Pricing power

- Mise en place de leviers d'optimisation : chambres avec vue, politique de réduction pour les longs séjours

- RevPar P&V France: +6,8 %



Développement et gestion des actifs

Développement et gestion des actifs

- 4 ouvertures de sites en 2023 (3 asset light)
- Mise en place d'une organisation dédiée à la gestion des actifs P&V

- P&V France : 2 ouvertures asset-light (Saint Cyprien - Bulles de mer, Cassis) + 1 signature (St Cyprien)
- P&V Spain : 2 ouvertures (hotelStarc, Estartit)
- +85% de taux de renouvellement en 2023

Principales réalisations par BLs



Actions stratégiques

Réalisations



Expérience client et montée en gamme des produits

- Plan de rénovation (#5 sites)
- Mise en place du CERCLE (#4 Sites)

- Concept « Le Cercle » intégré dans 80% du réseau

Expérience
client et montée
en gamme des
produits

Modernisation de la marque :

- Nouvelle identité de marque, architecture et territoire ["Here for You"]
- Plan média « Heavy-up » pour recruter de nouveaux clients business et loisirs
- Nouvelle image de marque employeur ["Engageons nous, ensemble"] pour fidéliser et recruter des collaborateurs

- Notoriété de la marque : 33% (+4pts vs N-1)



Pricing power

- Focus sur la distribution directe : refonte de notre site web en juillet
- Disparité des prix sur les OTA
- Des conditions tarifaires souples

- PMV : +24% vs FY 2022

Pricing power



Développement

- 5 sites (+500 unités)
- 4 sites sur 5 seront exploités en franchise

Développement

Principales réalisations par BLs



Actions stratégiques

Réalisations



Renforcer l'approche services

- Cagnotte,
- offre de flexibilité totale
- Garantie “Satisfait ou Remboursé”

- Repeaters: +5 pts (21% vs 16% en FY22)
- NPS +6 pts sur l'année

Expérience
client et
modernisation
de la marque

Modernisation de la marque

- Première campagne télévisée pour maeva depuis plus de 10 ans



Vacances écologiques

- Déploiement du programme d'affichage environnemental
- Lancement du Mobile Home éco-conçu testé chez maeva Respire - Domaine de Kervallon (Bretagne)

- Programme d'affichage environnemental : 19 audits de sites achevés en 2023, 23 plans d'action finalisés, 6 audits prévus pour la fin de l'année.
- 28% des séjours dans des hébergements labellisés écologiques (+3 pts vs n-1)

Respect de
l'environnement



Développement

- Acquisition de 3 nouvelles agences maeva Home dans les Alpes françaises
- Acquisition de la marque Vacansoleil
- 15 nouveaux campings affiliés en 2023

- Au total, 30 agences
- Un total de 44 campings affiliés

Développement

Agir pour un tourisme à impact positif

Accélérer notre transition écologique

Objectifs de réduction des émissions de CO2 d'ici 2030
-51 % sur les consommations d'énergie (scope1&2)

-27 % sur nos autres activités (scope 3 - hors déplacement clients et restauration) par rapport à 2019)

Engagement de nos fournisseurs dans une trajectoire carbone

- Validation de notre trajectoire carbone par SBTi
- PVCP : -20% des émissions de CO2 entre FY 2019 et FY2023 sur les consommations d'énergie
- Part d'énergies vertes dans les consommations énergétiques de Center Parcs : 29%

Contribuer au dynamisme des territoires

-  88% des sites proposent des « coups de cœur locaux »
-  35% des sites proposent une activité locale, authentique, en plein air gratuitement ou à prix réduit.
-  Center Parcs Lot& Garonne : 70% des références de produits frais utilisés dans l'offre de restauration proviennent de Nouvelle-Aquitaine ou d'Occitanie.

Engager nos clients et nos collaborateurs dans ce tourisme durable

- 13% des collaborateurs en CDI sensibilisés dont 100% des directeurs de site
- Campagne d'affichage sur l'eau et l'énergie dans 100% des hébergements et des sites en France et en Europe
- Fondation : 8,4% des collaborateurs engagés - 3430 familles soutenues
10 associations Partenaires en Europe

03

CONCLUSION



Groupe

Pierre & Vacances
CenterParcs



Performance opérationnelle record pour l'exercice 2022/2023

- Redressement/augmentation de la rentabilité sur toutes les marques
- Conversion significative de la rentabilité opérationnelle en trésorerie
- Une situation financière saine avec des fonds propres reconstitués et une dette nette négative



Un Groupe profondément transformé, au rendez-vous de ses engagements

- Business model axé sur les activités touristiques
- Nouveaux actionnaires et Management centrés sur la rentabilité et la génération de trésorerie
- Groupe centré sur la qualité de l'expérience et de l'offre, pour la satisfaction du client



Prévision de l'EBITDA ajusté pour l'exercice 2024 entre 145 m€ et 150 m€

compte tenu du dynamisme de l'activité au début du premier semestre et de l'exécution rigoureuse du plan ReInvention

Mise à jour des prévisions financières communiquées précédemment pour les exercices 2025 et 2026 lors d'un "Capital Market Day" qui aura lieu dans les prochains mois

Q&A



Groupe

Pierre & Vacances
CenterParcs