

# CLUB MÉDITERRANÉE Ψ

COMMUNIQUE DE PRESSE  
20 février 2009

**Chiffre d'affaires 1<sup>er</sup> trimestre 2009 : + 1,9%**  
**Chiffre d'affaires comparable : + 3,0 %**  
Réservations Hiver - 4,0 % pour une capacité de - 5,7 %

**Chiffre d'affaires premier trimestre 2009 (1er nov 2008 – 31 janv 2009) :**

<i>(en millions d'euros)</i>	1er trimestre <sup>(1)</sup>		Var T1 09 vs T1 08 %	
	2008 publié	2009	Publié	Comparable <sup>(2)</sup>
Europe <sup>(3)</sup>	227	227	0,1%	2,5%
Asie	41	47	12,9%	5,2%
Amériques	55	55	0,6%	2,6%
<b>Groupe</b>	<b>323</b>	<b>329</b>	<b>1,9%</b>	<b>3,0%</b>

(1) 1er trimestre 2008 retraité IFRS 5, hors Jet tours et Club Med Gym cédés en 2008

(2) comparable en terme de change et de périmètre (retraité des reventes tour operateur 2008)

(3) Europe : dont Club Med World

## **1. Activité**

Le chiffre d'affaires du premier trimestre de l'exercice 2009 est en progression de 1,9 % soit 329 millions d'euros contre 323 millions d'euros au premier trimestre 2008 et ce malgré un contexte de crise touchant tous les acteurs du secteur. L'activité est en croissance sur toutes les zones et la capacité, comme prévu, a été adaptée à la baisse de 3,1%.

A périmètre comparable et taux de change constants, la progression du chiffre d'affaires sur le trimestre est de 3 %.

## **2. Faits marquants du trimestre**

- **Amélioration du chiffre d'affaires, du taux d'occupation et du RevPAB**, avec une très bonne progression sur l'Asie.
- **Poursuite de l'acquisition de clients sur le haut de gamme** avec un gain de 18 000 clients 4 et 5 Tridents.

# CLUB MÉDITERRANÉE Ψ

- **Poursuite de la montée en gamme du parc de Villages**, marquée par le succès de la rénovation de Bali, de Tignes Val Claret et par le passage en 5 Tridents du voilier 5 mâts Club Med 2.
- **Première étape du lancement du programme de fidélisation** en commençant par la Belgique en janvier. Déploiement mondial prévu sur 2009 avec, notamment, la France en mars.
- **Conformément à ce qui a été annoncé lors de la présentation des résultats annuels 2008**, le Club Méditerranée a engagé au cours du 1<sup>er</sup> trimestre la mise en œuvre des mesures de productivité portant sur ses coûts de structure dont le montant devrait s'établir à 31 millions d'euros sur l'ensemble de l'exercice.

### 3. Perspectives

#### Niveau des réservations pour la saison hiver, à date, par marché émetteur

<i>en chiffre d'affaires comparable</i>	Cumulé, au 14 février 2009
Europe	-4,1%
Amériques	-6,0%
Asie	-0,3%
<b>Total</b>	<b>-4,0%</b>
<b>Capacité Hiver 2009</b>	<b>-5,7%</b>

Au 14 février 2009, le niveau des réservations exprimé en chiffre d'affaires comparable, affiche un recul de 4,0 % par rapport à la même date l'an dernier. Ces chiffres intègrent également une adaptation des capacités de - 5,7% sur l'hiver (dont - 7,7% pour le deuxième trimestre) résultant principalement des décisions de fermeture de villages 2 et 3 Tridents, correspondant moins aux attentes des clients, en particulier sur des périodes creuses.

Par rapport au niveau des réservations présenté en décembre dernier, ce chiffre intègre comme prévu, la fin de l'impact des offres « d'Early Booking Bonus », initiatives marketing incitant les clients à avancer leurs réservations. Par ailleurs, une amplification des phénomènes de « late booking » est observée, avec une augmentation récente des réservations pour des départs quasi immédiats que nos systèmes de réservation permettent de satisfaire jusqu'au dernier moment.

Pour l'été 2009, les mêmes phénomènes d'early booking ont été observés mais sont suivis d'une phase d'attente marquée.

# CLUB MÉDITERRANÉE Ψ

A l'occasion de l'Assemblée Générale, Henri Giscard d'Estaing, Président Directeur Général, déclare : « *Sur un marché qui subit fortement les effets de la crise économique, la progression de l'activité du premier trimestre de l'année 2009 confirme, après les progrès de 2008, la force de la stratégie que nous avons choisie.*

*Les gains de parts de marché que nous enregistrons sur la plupart de nos pays stratégiques à travers le monde et l'augmentation du nombre de clients en 4 et 5 Tridents résultent de l'offre unique du Club Med qui associe les avantages du Tout Compris à une prestation haut de gamme. »*

<b><u>Contacts</u></b>	
<b><u>Presse</u></b> Thierry Orsoni Tél : 01 53 35 31 29 <a href="mailto:thierry.orsoni@clubmed.com">thierry.orsoni@clubmed.com</a>	<b><u>Analystes</u></b> Caroline Bruel Tél : 01 53 35 30 75 <a href="mailto:caroline.bruel@clubmed.com">caroline.bruel@clubmed.com</a>
Site internet : <a href="http://www.clubmed.com">www.clubmed.com</a>	