CLUB MÉDITERRANÉE

COMMUNIQUE DE PRESSE

Jeudi 9 juin 2011

Très forte progression des résultats au 1er semestre 2011

- Volume d'activité : + 12% à 763 M€

- Chiffre d'affaires : + 11% à 754 M€

- Croissance des clients 4 et 5 Tridents : **+ 22%** soit 78 000 clients

- ROC Villages : + 67% à 47 M€

- Doublement du résultat net avant impôts et éléments non récurrents : + 28 M€

(vs + 14 M€ au S1 2010)

- Résultat net : + 10 M€ (vs 3 M€ au S1 2010)

- Free Cash Flow : 30 M€ (vs 21 M€ au S1 2010)

A l'occasion de la publication des résultats semestriels, Henri Giscard d'Estaing, Président Directeur Général du Club Méditerranée a déclaré :

« *La très forte progression des résultats du premier semestre, l'augmentation du nombre de nos clients et cela, malgré un environnement défavorable dans la deuxième partie du semestre, démontrent l'efficacité de la stratégie que le Club Med mène de manière constante depuis 2004.*

S'appuyant sur ses atouts historiques (sa marque mondiale, ses sites, sa formule tout-compris désormais haut de gamme, et ses GOs), le Club Med bénéficie ainsi de son implantation mondiale et de la transformation de son business model qui lui permettent de mutualiser ses risques et d'adapter ses capacités en cas d'aléas.

L'avance prise sur l'hiver pourrait ainsi permettre de compenser les effets défavorables sur l'été des évènements connus à ce jour. »

CLUB MÉDITERRANÉE

I – Très forte progression des résultats

➢ Fort effet de levier sur la rentabilité

Premier semestre de l'exercice 2011 (1er novembre 2010 - 30 avril 2011)

(en M€)	S1 08	S1 09	S1 10	S1 11	var S1 11/ S1 10
Volume d'activité Villages [1]	**762**	**722**	**680**	**763**	**+ 12%**
Chiffre d'affaires consolidé					
Groupe - Publié [2]	749	719	679	754	**+ 11%**
Villages à taux de change constant	782	745	692	747	**+ 8%**
EBITDA Villages [3]	55	58	61	80	**+ 30%**
En % du chiffre d'affaires	*7,4%*	*8,0%*	*9,1%*	*10,7%*	
ROC Villages	**21**	**24**	**28**	**47**	**+ 67%**
ROC Patrimoine	(9)	(20)	(3)	(13,5)	
Autre Résultat Opérationnel	(7)	(12)	(7)	(7,5)	
Résultat Opérationnel	5	(8)	18	26	**+ 40%**
Résultat Financier	(14)	(12)	(11)	(12)	
Sociétés mises en équivalence	0	1	2	-	
Impôts	(2)	(2)	(6)	(4)	
Activités non conservées	2	(1)	-	-	
Résultat Net avant impôts et éléments non récurrents	**(2)**	**4**	**14**	**28**	
Résultat Net	(9)	(22)	3	10	
Investissements	(60) [4]	(34) [4]	(22) [4]	(30)	
Cessions	15	12	2	17	
Free Cash Flow	(8)	(18)	21	30	
Dette Nette	(350)	(317)	(218)	(169)	

(1) Correspond aux ventes totales quel que soit le mode d'exploitation des villages (en publié)
(2) Comprend 4 M€, 6 M€ et 7 M€, respectivement pour les 1ers semestres 2009, 2010 et 2011 de chiffre d'affaires de promotion immobilière
(3) EBITDA Villages: ROC Villages avant amortissements et provisions
(4) Net de subventions et d'indemnités d'assurance

➢ Amélioration continue de la marge opérationnelle Villages

(en M€)	S1 08	S1 09	S1 10	S1 11	var. S1 11 vs S1 08
EBITDAR Villages [1]	130	136	140	156	
% CA	*17,4%*	*19,0%*	*20,8%*	*20,9%*	*+ 3,5 pts*
EBITDA Villages [2]	**55**	**58**	**61**	**80**	
% CA	*7,4%*	*8,0%*	*9,1%*	*10,7%*	*+ 3,3 pts*
ROC Villages	21	24	28	47	
% CA	*2,9%*	*3,4%*	*4,1%*	*6,2%*	*+ 3,3 pts*

(1) EBITDAR Villages: ROC Villages avant loyers, amortissements et provisions
(2) EBITDA Villages: ROC Villages avant amortissements et provisions

- Au 1er semestre 2011, **le volume d'activité Villages** (ventes totales quel que soit le mode d'exploitation des villages) progresse de 12% à 763 M€ contre 680 M€ au 1er semestre 2010.

- **Le chiffre d'affaires Villages** à taux de change constant progresse de 8% et croît dans toutes les zones géographiques : Europe + 7,7%, Amériques + 10,5% et Asie + 6,4%.

- **Le RevPAB** (Revenu par lit disponible) affiche une forte progression de 5,5% grâce à la progression de 2,2 % du prix moyen à la journée hôtelière s'élevant à 154 €, mais également à la hausse de 2,4 points du taux d'occupation à près de 70 %.

- **L'EBITDA Villages** progresse fortement et s'établit à 80 M€ contre 61 M€ sur le 1er semestre 2010 : la marge d'EBITDA s'élève à 10,7% au 1er semestre 2011 contre 9,1% au 1er semestre 2010.

- **Le ROC Villages** à 47 M€ (+ 67%) est supérieur à celui de l'ensemble de l'exercice 2010.

- Sur le ROC Villages, le manque à gagner lié aux évènements d'environ 7 M€ sur le 1er semestre, a pu être limité à près de la moitié grâce aux reports des clients sur d'autres destinations.

  A ce manque à gagner vient s'ajouter 1,5 M€ de coûts enregistrés en Roc Patrimoine et Autre Résultat Opérationnel

- **Le Résultat Net avant impôts et éléments non récurrents** a doublé par rapport au 1er semestre 2010 pour atteindre 28 M€.

- **Le Résultat Net** s'établit à 10 M€ contre 3 M€ au 1er semestre 2010.

- **Le Free Cash Flow** s'améliore à 30 M€ (vs 21 M€ pour le 1er semestre 2010) et est positif à 13 M€ avant le produit des cessions lié à la vente de titres de participations dans des sociétés immobilières italiennes pour 17M€.

- **La réduction de la dette** se poursuit ; elle s'établit à 169 M€ à fin avril 2011 versus 197 M€ à fin octobre 2010.

II – Le nombre de clients 4 et 5 Tridents continue de progresser très fortement et le Club Med gagne des parts de marché

Le nombre de clients 4 et 5 Tridents a progressé de 22%, soit 78 000 clients. Sur l'hiver, 72% des clients choisissent les 4 et 5 Tridents contre 50% il y a quatre ans.
Par ailleurs, le nombre total de clients est de 599 000 contre 560 000 pour le 1er semestre 2010, soit une progression de 7% .
Dans le même temps, le Club Med gagne des parts de marché.
En Chine, la croissance du nombre de clients sur le semestre est de 56%.

Sur le marché britannique, très concurrentiel et concentré, le Club Med a ainsi gagné 12 000 clients en 4 ans. A date sur l'année 2011, la progression des ventes est de 16%, pour un marché[1] en progression de 2%.

III – Succès des ouvertures de Sinai Bay, Yabuli et Sandpiper Bay

Ouvert en décembre 2010, Sinai Bay, en Egypte, village 4 Tridents avec Espace 5 Tridents, a enregistré des taux d'occupation et de satisfaction très élevés et cela, malgré sa fermeture provisoire pendant le mois de février en raison des évènements.
Mêmes performances pour Sandpiper Bay en Floride qui, entièrement rénové et upgradé de 3 en 4 Tridents, a vu son REVPAB augmenter de 52%.
Enfin, Yabuli, village de ski ouvert en décembre 2010, a enregistré des résultats conformes aux objectifs. Premier village du Club Med en Chine, il assure une grande visibilité à la marque Club Med sur ce marché très prometteur.

IV – Les perspectives de l'été 2011

(réservations à taux de change constant)	Cumulé, au 4 Juin 2011	4 dernières semaines
Europe	+ 5,2%	- 9,1%
Amériques	+ 17,0%	+ 17,0%
Asie	- 0,7%	- 9%
Total Club Med	**+ 5,4%**	**- 6,8%**
Capacité Eté 2011	**- 0,8%**	

Les réservations pour l'été 2011 sont en avance de 5,4 % par rapport à l'été 2010.
A la même date l'an dernier, près des deux tiers des réservations pour la saison été avaient été enregistrées.

Excepté l'Asie, en recul de 0,7%, l'Amérique et l'Europe affichent une croissance des prises de commandes avec + 5,2% pour l'Europe et + 17% pour la zone Amérique.

Sur le rythme des 4 dernières semaines, les réservations affichent un recul de 6,8% :
- (9,1) % sur l'Europe, zone marquée par les événements du Maghreb
- (9) % sur l'Asie, avec un fort recul sur le Japon du fait de la fermeture de Sahoro cet été, et de l'impact des catastrophes naturelles. Recul partiellement compensé par la poursuite d'une très forte croissance en Chine et dans le Sud Est Asiatique.
- La zone Amériques est toujours en croissance de 17% bénéficiant notamment de la réouverture de Sandpiper Bay, rénové et monté en gamme.

La capacité a été adaptée pour l'été 2011 (- 0,8%) :
- d'une part grâce à la fermeture définitive des villages d'Athénia en Grèce et de Metaponto en Italie qui ne correspondaient plus aux standards du Club Med.
- d'autre part, compte tenu des évènements, les capacités ont été ajustées en Tunisie.

[1] Panel GFK

CLUB MÉDITERRANÉE

V – Ouverture du nouveau village de Valmorel en décembre 2011

En décembre 2011, le nouveau village de Valmorel ouvrira ses portes en Savoie. Village de montagne offrant une gamme complète du haut de gamme au luxe, il dispose de 394 chambres 4 Tridents, de 26 suites dans l'Espace 5 Tridents et de 27 appartements-chalets. La commercialisation de la première phase des appartements-chalets a débuté en avril dernier ; à ce jour 10 ventes ont été réalisées et 7 options enregistrées.

Contacts

Presse : Thierry Orsoni tél : 01 53 35 31 29

thierry.orsoni@clubmed.com

Analystes : Caroline Bruel tél : 01 53 35 30 75

caroline.bruel@clubmed.com

ANNEXE

- Résultat Net avant impôts et éléments non récurrents

(en M€)	S1 08	S1 09	S1 10	S1 11
Résultat Net avant impôts et éléments non récurrents	**(2)**	**4**	**14**	**28**
Résultats des activités cédées/ non conservées	2	(1)	-	-
Plus-values de cessions	2	(1)	-	6,5
Impairment / mise au rebut / sortie de villages / autres	(3)	(11)	(1)	(16)
Coûts de restructuration	(6)	(11)	(4)	(4,5)
Résultat Net avant impôts	**(7)**	**(20)**	**9**	**14**
Impôts	(2)	(2)	(6)	(4)
Résultat Net	**(9)**	**(22)**	**3**	**10**