

## Communiqué de Presse

27 août 2009

### Résultats semestriels 2009

- **Services Prépayés : bonne résistance du chiffre d'affaires (+5,7% à pcc<sup>1</sup>) et de la marge (+0,4 pt à pcc)**
- **Hôtellerie :**
  - Hôtellerie Economique hors US : résistance du chiffre d'affaires (-7,3% à pcc) et de la marge (-2,3 pts à pcc), notamment grâce à la bonne performance de la France
  - Hôtellerie Haut et milieu de gamme et Hôtellerie économique aux Etats-Unis : deux segments fortement impactés par la crise
- **Résultat Avant Impôt et éléments non récurrents de 182 millions d'euros (-44,5% à pcc)**
- **Solidité financière : Ratio MBA/Dette nette retraitée : 21,5%**
- **Plans d'économies déjà réalisés à 50%** au premier semestre : 72 millions d'euros sur les coûts d'exploitation dans les hôtels filiales et 37 millions d'euros sur les coûts de support  
**Renforcement** du plan d'économies sur les coûts d'exploitation des hôtels filiales de **120 à 150 millions d'euros**

\*\*\*

- **Objectif annuel de résultat avant impôt et éléments non récurrents : 400 à 450 millions d'euros**

\*\*\*

- **Compte tenu de la profondeur et de la rapidité des changements à venir, la transformation et le développement des deux métiers vont être accélérés.**  
**Dans ce cadre, le Conseil d'Administration a approuvé la proposition de Gilles Pélisson, Président-directeur général, de lancer l'étude de la pertinence d'une séparation des deux métiers en deux entités autonomes, ayant leur stratégie propre et les moyens de leur développement.**

<sup>1</sup> : à périmètre et change constants

## Résultats semestriels

(en millions d'euros)	S1 2008 retraité <sup>(1)</sup>	S1 2009	Variation publiée	Variation en comparable <sup>(2)</sup>
Chiffre d'affaires	3 758	3 410	-9,3%	-8,1%
<b>Résultat brut d'exploitation<sup>(3)</sup></b>	<b>1 088</b>	<b>924</b>	<b>-15,1%</b>	<b>-15,0%</b>
Marge brute d'exploitation	29,0%	27,1%	-1,9 pt	-2,2 pts
Résultat d'exploitation	425	242	-43,0%	-39,0%
<b>Résultat avant impôt et éléments non récurrents</b>	<b>393</b>	<b>182</b>	<b>-53,7%</b>	<b>-44,5%</b>
<b>Résultat Courant après impôt</b>	<b>264</b>	<b>114</b>	<b>-56,8%</b>	-
Résultat net, part du Groupe	310	(150)	NA	-
ROCE <sup>(4)</sup>	14,5%	12,1%	-2,4pts	-

(1) La mise en application de l'interprétation IFRIC 13 à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2009 a amené le Groupe à revoir le principe de comptabilisation des avantages accordés dans le cadre de ses programmes de fidélité. L'application, de façon rétrospective, de la nouvelle méthode de comptabilisation a conduit le Groupe à présenter un compte de résultat retraité pour juin 2008.

(2) Comparable = à périmètre et change constants

(3) Le résultat brut d'exploitation comprend les revenus et charges d'exploitation (avant loyers, amortissements et provisions, résultat financier et impôts).

(4) ROCE = Excédent brut d'exploitation des activités (EBITDA) rapporté à la valeur brute des immobilisations augmentée du besoin en fonds de roulement

Dans un contexte économique très dégradé, le **chiffre d'affaires** réalisé par le Groupe au premier semestre 2009 s'établit à 3 410 millions d'euros, en diminution de 9,3% par rapport au premier semestre 2008, et de 8,1% à périmètre et change constants.

### SERVICES PREPAYES

Le **chiffre d'affaires à périmètre et change constants** des Services Prépayés progresse de **+5,7% au premier semestre 2009**. Cette hausse a pu être réalisée en dépit d'une progression significative du chômage qui affecte nos clients corporate, particulièrement en Europe et de la baisse des taux d'intérêt qui impacte le chiffre d'affaires financier.

Le chiffre d'affaires opérationnel, c'est-à-dire hors produits financiers, est en hausse de +6,8% alors que les produits financiers sont en baisse de -1,2%.

Cette évolution favorable du chiffre d'affaires prend notamment en compte le **renforcement des initiatives commerciales** permettant le lancement de nouveaux produits et la conquête de nouveaux marchés, notamment avec le lancement de la carte prépayée pour agences de voyages au Royaume-Uni, du Ticket Vacances en Roumanie, ou encore le programme de CESU social en France à destination des personnes les plus touchées par la crise.

La **marge brute d'exploitation** s'élève à **43,2%**, en **hausse de 0,8 point en données publiées**, et de **0,4 point à périmètre et change constants**. La progression de la rentabilité de cette activité s'exprime par une amélioration de la marge sur le chiffre d'affaires opérationnel de +1,1 point en données comparables (taux de transformation<sup>2</sup> de 51,3% hors produits financiers). La baisse des produits financiers entraîne une contraction de 0,7 point de la marge en données comparables.

<sup>2</sup> En cas de variation positive à périmètre et change constants du chiffre d'affaires, le taux de transformation se définit ainsi : Taux de transformation =  $(\Delta \text{RBE à PCC} / \Delta \text{CA à PCC})$ .

En cas de variation négative à périmètre et change constants du chiffre d'affaires, le taux de réactivité se définit ainsi : Taux de réactivité =  $1 - (\Delta \text{RBE à PCC} / \Delta \text{CA à PCC})$ .

En Europe, la marge brute d'exploitation diminue de 1,4 point à périmètre et change constants, impactée par la hausse du chômage sur la zone et la forte baisse des taux d'intérêt. En Amérique latine, elle s'améliore de 2,0 points en données comparables, malgré la décélération des produits financiers, liée à la chute des taux d'intérêt depuis mai 2009.

## HOTELLERIE

Dans un contexte de dégradation forte de l'environnement économique, le **chiffre d'affaires à périmètre et change constants de l'Hôtellerie recule de 11,4%** au cours du premier semestre 2009.

Alors que le chiffre d'affaires de l'Hôtellerie haut et milieu de gamme et de l'Hôtellerie Economique aux Etats-Unis est fortement touché, avec des baisses respectives de 13,3% et 12,8% à périmètre et change constants, l'Hôtellerie économique hors US résiste mieux avec une baisse limitée à 7,3%.

La baisse du chiffre d'affaires a pu être limitée par le Groupe par rapport à ses principaux concurrents grâce à notamment un certain **nombre d'initiatives commerciales** menées dans le cadre de la **bataille du chiffre d'affaires**. Le succès du programme de fidélité A|Club contribue à cette bataille du chiffre d'affaires. Après un an d'existence, plus de 3 millions de porteurs de cartes génèrent 10% du chiffre d'affaires de la clientèle individuelle.

Par ailleurs, **72 millions d'euros d'économies** sur les coûts d'exploitation dans les hôtels filiales ont d'ores et **déjà été réalisés** au 1<sup>er</sup> semestre sur le plan annoncé de 120 millions d'euros.

Accor confirme son objectif d'ouvertures **de 30 000 nouvelles chambres en 2009**. Sur les **six premiers mois, 12 100 chambres** ont été ouvertes, dont 78% en mode de gestion peu capitalistique (management, franchise, loyers variables), 58% dans les segments Economique et Très Economique, 35% en Europe et 35% en Asie. La poursuite du développement reste une priorité avec **103 000 chambres** dans le **pipeline**.

- **Hôtellerie haut et milieu de gamme fortement impactée par la crise**

La diminution du chiffre d'affaires de l'Hôtellerie haut et milieu de gamme est de 11,9% en données publiées au 1<sup>er</sup> semestre 2009 et 13,3% en données comparables.

La marge brute d'exploitation de l'Hôtellerie haut et milieu de gamme, à 23,6%, diminue de 4,1 points en données publiées et en données comparables. Le taux de réactivité, hors coûts de support, est de 33,9%. Après la prise en compte de la réduction des coûts de support de 25 millions d'euros dans le cadre des plans d'économies, le taux de réactivité atteint 45,5%.

- **Hôtellerie économique hors Etats-Unis : résistance du chiffre d'affaires et de la marge, grâce à notamment la bonne performance de la France**

Dans un environnement économique dégradé, le segment économique connaît une résistance plus forte que les autres segments hôteliers. Le chiffre d'affaires de l'Hôtellerie économique diminue de 7,6% en données publiées et de 7,3% en données comparables.

La marge brute d'exploitation de l'Hôtellerie économique, à 34,1%, diminue de 1,9 point en données publiées et de 2,3 points à périmètre et change constants. La bonne résistance est notamment due à la France, où la marge publiée s'établit à 30,5%, en recul de 0,4 point en données comparables.

Le taux de réactivité, incluant les coûts de support, s'élève à 34,9%.

- **Hôtellerie économique Etats-Unis fortement impactée par deux années consécutives de crise**

Le **chiffre d'affaires** de Motel 6 au **1<sup>er</sup> semestre est** en recul de **2,0% en données publiées** par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2008; le chiffre d'affaires en données comparables diminue de 12,8%.

Motel 6, qui souffre toujours de la situation économique fortement dégradée aux Etats-Unis, résiste mieux que les concurrents de son segment avec un RevPAR supérieur de 2 points.

De manière générale, le segment économique aux Etats-Unis surperforme le segment haut et milieu de gamme d'environ 10 points de RevPAR.

La marge brute d'exploitation s'établit à 30,8% en baisse de 7,1 points en données publiées et 5,7 points en données comparables. Le taux de réactivité s'élève à 18,7% dans un pays entré dans la crise depuis plus de deux ans.

## GROUPE

Le **résultat brut d'exploitation**<sup>3</sup> du Groupe s'établit à 924 millions d'euros au 30 juin 2009, en recul de 15,0% par rapport au premier semestre 2008 en données comparables et de 15,1% en données publiées. Ce niveau de résultat brut d'exploitation prend en compte les économies d'ores et déjà réalisées sur le premier semestre. **Ainsi sur les six premiers mois, 37 millions d'euros d'économies ont été réalisés sur les coûts de support par rapport à un objectif annuel de 80 millions d'euros.**

Le résultat brut d'exploitation représente 27,1% du chiffre d'affaires du Groupe, à comparer à 29,0% au premier semestre 2008.

La bonne résistance des deux principales activités du Groupe, les Services Prépayés et l'Hôtellerie économique hors Etats-Unis, a permis une baisse limitée de la marge de 1,9 point en données publiées et de 2,2 points à périmètre et change constants.

Le **résultat d'exploitation** diminue de 43,0% à 242 millions d'euros, et de 39,0% en données comparables. Environ 15 millions d'euros ont pu être économisés grâce à la variabilité d'une partie des loyers indexés sur le chiffre d'affaires.

Le **résultat avant impôt** et éléments non récurrents atteint 182 millions d'euros au premier semestre 2009, en baisse de 44,5% en données comparables et de 53,7% en données publiées.

Le **résultat courant après impôt** s'élève à 114 millions d'euros au premier semestre 2009 contre 264 millions d'euros à fin juin 2008.

Le **résultat net, part du Groupe** de -150 millions d'euros au premier semestre 2009, est impacté par des dépréciations d'actifs de 194 millions d'euros (dont 118 millions d'euros liés à des écarts d'acquisition d'hôtels Motel6) reflétant la baisse de leur valeur au bilan, sans impact pour autant sur la trésorerie du Groupe. Par ailleurs, ce résultat net comprend des charges de restructuration d'un montant de 53 millions d'euros principalement liées à des coûts de réorganisation du Groupe.

Ce résultat net se compare au résultat du 1<sup>er</sup> semestre 2008 de 310 millions d'euros qui avait bénéficié d'un montant de 130 millions d'euros de plus-values de cessions.

La **marge brute d'autofinancement** s'établit à 378 millions d'euros contre 487 millions d'euros au 30 juin 2008.

<sup>3</sup> Résultat brut d'exploitation : comprend les revenus et charges d'exploitation (avant loyers, amortissements et provisions, résultat financier et impôts)

L'**endettement net** du Groupe s'établit à 1 961 millions d'euros au 30 juin 2009. Il prend en compte 193 millions d'euros d'**investissements de développement** dans l'Hôtellerie et les Services Prépayés, 77 millions d'euros de **cessions d'actifs** et le versement d'un dividende de 201 millions d'euros. Par ailleurs, cette dette intègre deux éléments non récurrents : 269 millions d'euros liés à l'augmentation de 15% de la participation dans le Groupe Lucien Barrière et le paiement à l'Etat français de 242 millions d'euros lié à un litige fiscal sur la société Compagnie Internationale des Wagons Lits (CIWLT). Il est à préciser que le Groupe conteste ce redressement en justice.

Les ratios au premier semestre 2009 confirment la **structure financière solide** du Groupe. Fort de deux émissions obligataires d'un montant total de 1,2 milliard d'euros émises au 1<sup>er</sup> semestre 2009, le Groupe bénéficie de 1,8 milliard d'euros de lignes de crédit confirmées non utilisées à fin juin 2009. Aucun remboursement majeur n'est prévu dans les 3 prochaines années. Le **ratio marge brute d'autofinancement d'exploitation courante / dette nette retraitée**<sup>4</sup> atteint **21,5%**, à comparer à 24,2% au 30 juin 2008 et à 25,8% au 31 décembre 2008.

La **rentabilité des capitaux engagés** du Groupe mesurée par le ROCE enregistre une baisse de 2,4 points au premier semestre 2009, atteignant 12,1% au 30 juin 2009, contre 14,5% à fin juin 2008.

## Perspectives 2009

- **Tendances d'activité de juillet 2009**

### **Services Prépayés : Croissance du chiffre d'affaires malgré l'accélération de la baisse des produits financiers**

Le chiffre d'affaires à périmètre et change constants augmente de 0,6% au mois de juillet 2009. Cette croissance se décompose en une hausse de 4,4% du chiffre d'affaires opérationnel et une baisse de 21,9% des produits financiers.

L'Amérique latine résiste mieux que l'Europe grâce à une croissance du chiffre d'affaires opérationnel plus soutenue (+6,3% vs +3,3% en Europe) et ce malgré une chute plus importante des produits financiers (-26,5% vs -18,8% en Europe). L'accélération de la baisse des produits financiers amorcée en mai 2009 s'accroît au début du 3<sup>ème</sup> trimestre.

### **Hôtellerie : amélioration de la tendance en juillet liée à la pondération plus forte, pendant l'été, de la clientèle loisirs**

En juillet 2009, le RevPAR à périmètre et change constants de l'**Hôtellerie haut et milieu de gamme en Europe** recule de 12,7%, comparé à un recul de 19,2% au 2<sup>ème</sup> trimestre 2009.

Dans l'**Hôtellerie économique en Europe**, le RevPAR à périmètre et change constants diminue de 8,5%, comparé à une baisse de 9,7% au 2<sup>ème</sup> trimestre.

Dans l'**Hôtellerie économique aux Etats-Unis**, le RevPAR est en recul de 15,2% sur le mois, comparé à -15,7% sur le 2<sup>ème</sup> trimestre.

<sup>4</sup> Le ratio de marge brute d'autofinancement d'exploitation courante sur dette nette retraitée est calculé selon la méthodologie des principales agences de notation, la dette nette étant retraitée de l'actualisation à 8% des flux futurs des loyers fixes, et la marge brute d'autofinancement de la composante amortissements sur ces loyers. La marge brute d'autofinancement d'exploitation courante correspond aux flux de trésorerie des activités opérationnelles avant éléments non récurrents et variation du besoin en fonds de roulement.

## • Objectif de résultat 2009

En l'absence de visibilité sur l'environnement économique, les hypothèses retenues pour la détermination de l'objectif de résultat avant impôt et éléments non récurrents sont les suivantes :

Dans les Services Prépayés,

- Une baisse de plus de 25% des produits financiers au 2<sup>nd</sup> semestre, conduisant à une croissance du chiffre d'affaires des Services Prépayés à périmètre et change constants légèrement positive en 2009,
- Une marge opérationnelle des Services Prépayés supérieure à 40% sur l'année,

Dans l'Hôtellerie,

- Aucune amélioration majeure de l'activité attendue au 2<sup>nd</sup> semestre,
- Un **renforcement du plan d'économies de coûts opérationnels** dans les hôtels filiales, **porté de 120 à 150 millions d'euros**, assurant le maintien du taux de réactivité de 35%,

Au niveau Groupe,

- Une prise en compte des économies de coûts de support de 80 millions d'euros sur l'année.

**En conséquence, l'objectif de résultat avant impôt et éléments non récurrents pour l'année 2009 est fixé entre 400 et 450 millions d'euros.**

## Stratégie des métiers

Compte tenu de la profondeur et de la rapidité des changements à venir, la transformation et le développement des deux métiers vont être accélérés.

**Dans ce cadre, le Conseil d'Administration a approuvé la proposition de Gilles Pélisson, Président-directeur général, de lancer l'étude de la pertinence d'une séparation des deux métiers en deux entités autonomes, ayant leur stratégie propre et les moyens de leur développement.**

### Prochain rendez-vous 2009

- 15 octobre : Publication de l'Information trimestrielle (chiffre d'affaires trimestriel T3)

#### CONTACTS PRESSE

**Armelle Volkringer**  
Directeur de la Communication,  
des Relations Extérieures et du  
Développement Durable  
Tél. : +33 1 45 38 87 52

**Alain Delrieu**  
Tél. : +33 1 45 38 84 85

#### CONTACTS INVESTISSEURS

**Eliane Rouyer-Chevalier**  
Directeur Relations Investisseurs et  
Communication Financière  
Tél. : +33 1 45 38 86 26

**Solène Zammito**  
Relations Investisseurs  
Tél. : +33 1 45 38 86 33

**Accor**, groupe mondial et leader européen dans l'hôtellerie, leader mondial dans les services prépayés, est présent dans près de 100 pays avec 150 000 collaborateurs. Il met au service de ses clients le savoir-faire acquis depuis plus de 40 ans dans ses deux grands métiers :

- **l'Hôtellerie**, avec les marques **Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Mercure, Suitehotel, Ibis, all seasons, Etap Hotel, Formule 1 et Motel 6**, représentant 4000 hôtels et près de 500 000 chambres dans 90 pays, ainsi que ses activités complémentaires, avec notamment **Lenôtre** ;

- **les Services Prépayés**, 32 millions de personnes bénéficient dans 40 pays des prestations de Accor Services (avantages aux salariés et aux citoyens, récompenses et fidélisation, gestion des frais professionnels).