

ACTIVITÉ DU PREMIER TRIMESTRE 2019

Paris, le 18 avril 2019

Klépierre, leader paneuropéen des centres commerciaux, annonce aujourd'hui son activité pour le premier trimestre 2019.⁽¹⁾ Les faits marquants sont les suivants :

- Revenus locatifs nets des centres commerciaux de 265,2 M€, en hausse de 1,6 % à périmètre courant et de 3,0 % à périmètre constant⁽²⁾ ;
- Chiffre d'affaires des commerçants en hausse de 0,3 % par rapport aux trois premiers mois de 2018⁽³⁾ ;
- Activité locative soutenue avec 403 baux signés au premier trimestre, soit 7,7 M€ de loyers minima garantis additionnels ;
- Diminution du coût de la dette à 1,5 % ;
- Bonne progression de la commercialisation des extensions de Créteil Soleil (taux de pré-commercialisation de 91 %) pour une ouverture fin 2019 et de Gran Reno (49 %) alors que les travaux démarrent ;
- Résultats très prometteurs pour la première année de mise en œuvre d'Act for Good® ;
- Perspectives confirmées pour 2019, objectif de cash-flow net courant par action : 2,72 € – 2,75 €.

Jean-Marc Jestin, président du directoire, a déclaré : « Au cours de ce premier trimestre 2019, Klépierre a enregistré de solides performances opérationnelles, dans la continuité des résultats records des quatre derniers exercices. En dépit d'un environnement retail difficile, les chiffres d'affaires de nos commerçants sont en hausse, l'activité locative est dynamique et la croissance des loyers est soutenue. Ce trimestre est une nouvelle fois l'illustration de notre capacité à anticiper et à nous adapter aux transformations du retail grâce à notre présence paneuropéenne et notre portefeuille de centres commerciaux de premier plan. J'ai confiance dans notre aptitude à continuer d'enregistrer de bonnes performances grâce à nos efforts ininterrompus pour ajuster l'offre commerciale de nos centres et aux investissements ciblés que nous réalisons pour les transformer en véritables lieux de vie dans lesquels notre signature — Shop. Meet. Connect.® — prend tout son sens. »

DONNÉES FINANCIÈRES CLÉS

En millions d'euros, part totale	T1 2019	T1 2018	Variation
Revenus locatifs bruts – Centres commerciaux	304,9	303,7	+ 0,4 %
Revenus locatifs bruts – Autres actifs de commerce	6,3	6,4	- 1,6 %
Revenus locatifs bruts totaux	311,2	310,0	+ 0,4 %
Revenus de gestion, d'administration et autres produits (honoraires)	19,5	21,5	- 9,1 %
Chiffre d'affaires total	330,7	331,5	- 0,2 %
Revenus locatifs nets – Centres commerciaux	265,2	261,0	+ 1,6 %



PERFORMANCE OPÉRATIONNELLE

Chiffre d'affaires

Revenus locatifs bruts

Au cours du premier trimestre 2019, les revenus locatifs bruts des centres commerciaux (en part totale) se sont établis à 304,9 M€, contre 303,7 M€ à la même période l'an dernier. Cette hausse de 0,4 % est la conséquence d'une solide croissance des revenus locatifs à périmètre constant et de l'ouverture du redéveloppement de Hoog Catharijne, partiellement compensées par les cessions réalisées l'an dernier pour un montant total de 539 M€ et par des effets de change.

Les revenus locatifs bruts provenant des autres actifs de commerce ont atteint 6,3 M€ au premier trimestre, soit un recul de 1,6 % par rapport à la même période l'an dernier, du fait de l'impact des cessions d'actifs de ce portefeuille en 2018.

Les revenus de gestion, d'administration et autres produits (honoraires) ont légèrement diminué de 21,5 M€ à 19,5 M€, en raison de la baisse des honoraires de développement.

Le chiffre d'affaires total pour le premier trimestre 2019 s'est établi à 330,7 M€.

Revenus locatifs nets

Au 31 mars 2019, à périmètre constant,⁽²⁾ les revenus locatifs nets des centres commerciaux ont augmenté de 3,0 % grâce à une réversion soutenue, à l'indexation, et à des niveaux de vacance et d'impayés faibles. À périmètre courant, ces revenus locatifs nets atteignaient 265,2 M€, en hausse de 1,6 % (+0,3 % retraités de l'impact de l'entrée en vigueur de la norme IFRS 16⁽⁴⁾).

Chiffre d'affaires des commerçants

À périmètre constant,⁽³⁾ le chiffre d'affaires total des commerçants dans les centres de Klépierre a augmenté de 0,3 % au cours des trois premiers mois de 2019. Dans l'ensemble, après une tendance positive aux mois de janvier et février, les ventes ont légèrement ralenti au mois de mars, principalement en raison d'un effet calendrier défavorable (en 2018, Pâques avait lieu le 1^{er} avril, faisant bondir les chiffres du premier trimestre en particulier en France et en Espagne).

Alors qu'ils ont bénéficié de la capacité du Groupe à améliorer en permanence l'offre commerciale de ses centres pour afficher une croissance globale positive, les chiffres d'affaires des commerçants, dans certains marchés, reflètent un environnement économique peu porteur (Italie : - 1,3 % ; Allemagne : - 1,4 %). En **Scandinavie** (- 2,7 %), les ventes ont pâti des fermetures temporaires de magasins en vue de leur recommercialisation, de mauvaises conditions météorologiques en février (5 °C au-dessus des normales de saison) et, dans une moindre mesure, d'une nouvelle concurrence en Suède.

En **France**, les effets négatifs du mouvement des « gilets jaunes » se sont progressivement dissipés durant le trimestre et le chiffre d'affaires des commerçants a légèrement crû (+ 0,2 %). Enfin, en **Ibérie** (+ 2,4 %) et en **Europe centrale et Turquie** (+ 5,1 %) les ventes ont continué de croître à un rythme soutenu, bénéficiant largement des initiatives positives en matière de recommercialisation adoptées en 2018.

Au plan sectoriel, la forte performance des segments **Santé et beauté** (+4,0 %) et **Restauration et alimentation** (+2,1 %) démontre la pertinence de la stratégie de transformation de l'offre commerciale de Klépierre qui se traduit par l'implantation, dans ses centres, des concepts les plus en vogue. Dans un marché encore très concurrentiel, le segment **Mode** a crû de 0,5 %, soutenu par l'ouverture de magasins emblématiques au bon format couplée à la réduction de l'espace alloué aux boutiques de prêt-à-porter. À ce titre, le Groupe a inauguré plusieurs magasins de premier plan avec les marques des groupes Inditex, H&M ou encore LPP qui contribuent largement à la croissance du segment.

Activité locative

Au premier trimestre de 2019, l'activité locative est restée soutenue avec la signature de 403 baux, dont 348 renouvellements et recommercialisations et 55 contrats de première commercialisation / locaux vacants. Ces nouveaux baux ont généré 7,7 M€ de loyers minima garantis supplémentaires, dont 3,0 M€ de renouvellements ou de recommercialisations.

Les enseignes internationales ont continué leur expansion dans le réseau des centres commerciaux de Klépierre. Le Groupe Inditex a signé six baux avec Klépierre au cours des trois premiers mois alors que l'enseigne danoise de produits bon marché Normal — qui a déjà ouvert six magasins l'an dernier dans des centres Klépierre — vient d'inaugurer deux nouvelles boutiques en Norvège, à Amanda (Haugesund) et à Nordbyen (Larvik) et ouvrira également deux nouveaux magasins en France en 2019. Enfin, plusieurs marques comme Vans ou Under Armour ouvrent actuellement leurs premiers magasins dans des centres de Klépierre.

Au cours des trois premiers mois de l'année, le Groupe a poursuivi la revalorisation de ses centres grâce à d'actives opérations de commercialisation et des transformations d'actifs. À **Odysseum** (Montpellier), dix ans après l'ouverture du centre, la campagne de renouvellement a été lancée récemment et Calvin Klein Jeans et Desigual ont ouvert un magasin au mois de janvier. De plus, l'arrivée d'un *Laser Game Evolution* de 960 m² a enrichi l'offre loisirs du centre. Le projet d'extension en cours de réalisation permettra d'attirer de nouvelles enseignes dans ce centre leader du sud de la France. À **Créteil Soleil** (21 millions de visiteurs par an ; région de Paris), après le succès de l'ouverture de la boutique Snipes en août dernier, Deichmann, groupe allemand en plein essor, ouvrira un autre magasin de 530 m² au second semestre 2019, alors que Mango doublera la taille de son magasin pour exposer l'ensemble de sa gamme de produits. À **Porta di Roma** (Rome), depuis l'ouverture de Victoria's Secret en septembre dernier, le centre a continué d'attirer de nouvelles enseignes internationales telles que Snipes, Stradivarius (770 m²), Benetton, et Xiaomi, la marque chinoise de téléphonie. À **Assago** (Milan), dans le sillage de la transformation d'une ancienne partie de l'hypermarché en un tout nouveau magasin Zara (5 700 m²), le Groupe Inditex a ouvert d'autres boutiques dont Bershka, Pull & Bear et Stradivarius, sur une surface totale de près de 2 300 m².

En **Espagne**, dans le cadre de la campagne de renouvellement en cours à La Gavia, 15 baux ont été signés au premier trimestre ; l'offre sports a encore été enrichie par l'arrivée récente d'Adidas (330 m²) et JD Sports (430 m²). Enfin, en **Scandinavie**, l'activité locative a été soutenue, avec 75 baux signés dont un avec XXL, la plus grande enseigne de sport de la région, qui ouvrira cette année un magasin de 3 000 m² à Emporia (Malmö).

ENDETTEMENT ET FINANCEMENT

Endettement

Au 31 mars 2019, l'endettement net consolidé de Klépierre atteignait 9,1 Md€, en hausse d'environ 250 M€ par rapport au 31 décembre 2018. Cette augmentation est principalement liée au paiement de l'acompte sur le dividende de l'exercice 2018 versé au mois de mars (309 M€). Elle également dû aux dépenses d'investissement et aux rachats d'actions pour un montant de 63 M€ (2 062 502 actions). Les cessions réalisées au cours du trimestre et le cash-flow du premier trimestre ont partiellement compensé ces impacts négatifs.

Au premier trimestre 2019, la durée moyenne de l'endettement de Klépierre est restée stable (environ 6 ans), tandis que le coût de la dette nette a été encore abaissé pour atteindre 1,5 %. La position de liquidité du Groupe est restée élevée, à 2,3 Md€.

DÉVELOPPEMENTS

Créteil Soleil (région de Paris, France)

L'extension de Créteil Soleil avance selon le calendrier prévu et devrait être achevée fin 2019. Ce projet vise à mieux relier le centre commercial à la station de métro, ainsi qu'à créer un espace de 11 000 m² supplémentaires pour enrichir l'offre commerciale du centre, en mettant l'accent sur les segments Loisirs et Restauration et alimentation.

Au 31 mars 2019, 91 % des nouveaux espaces sont déjà commercialisés ou en cours de négociations avancées, avec des marques comme Nike, Beef House, Factory & Co, IT Trattoria, La Cantine Libanaise and El Mercado, autant de magasins qui s'ajouteront à l'agrandissement du cinéma UGC (18 salles). Une rénovation complète a été lancée au quatrième trimestre 2018, et s'est traduite par la mise en place des concepts Destination Food® et Clubstore®. La fin des travaux de rénovation est prévue pour le 4^e trimestre 2020.

Gran Reno (Bologne, Italie)

L'extension de 16 500 m² couplée à la rénovation du centre existant verra naître un centre commercial régional de 54 400 m² doté d'une offre inégalée dans la zone de chalandise la plus riche d'Italie. Dans le cadre du déploiement du concept Destination Food®, 70 nouvelles marques s'ajouteront à l'offre du centre, ainsi que des espaces événementiels intérieurs et extérieurs dans un tout nouvel environnement très accueillant.

La pré-commercialisation progresse bien avec 49 % des surfaces signées ou en cours de négociations avancées dont notamment Zara, Bershka, Pull&Bear et Stradivarius. La construction a démarré au mois d'avril 2019 pour une ouverture prévue au printemps 2021.

ACT FOR GOOD®: UNE PREMIÈRE ANNÉE PROMETTEUSE

Fin 2017, Klépierre a lancé « Act for Good® » sa nouvelle démarche RSE assortie d'un plan d'actions sur cinq ans avec des objectifs chiffrés ambitieux. En 2018, pour sa première année de mise en œuvre, cette nouvelle politique a enregistré des résultats encourageants. Les faits marquants sont mentionnés ci-dessous :

« Act for the Planet »

Engagements de Klépierre en faveur d'une contribution positive aux enjeux environnementaux

En 2018, le Groupe Klépierre a accru l'efficacité énergétique de son portefeuille de 17 % ces cinq dernières années, en faisant chuter la consommation de ses centres de 143 kWh/m² en 2013 à 118 kWh/m² en 2018. L'objectif de réduction est fixé à 40 % d'ici à 2022. Cette bonne performance a permis à Klépierre, pour la deuxième année consécutive, d'être classée dans la « liste A » dressée par le CDP, qui recense les leaders mondiaux de la lutte contre le changement climatique.

En 2018, 74 % des centres commerciaux de Klépierre détiennent au moins un type de certification durable. Comme annoncé à la fin du mois de février 2019, Klépierre est devenue le plus gros portefeuille immobilier au monde (en valeur) à se faire certifier *BREEAM In-Use* pour en assurer une gestion durable, dépassant ainsi l'approche traditionnelle de certification actif par actif pour une démarche globale visant l'ensemble du portefeuille.

Klépierre a porté la part des déchets valorisés de 75 % en 2017 à 90 % en 2018, avec un objectif de 100 % en 2022, et équipé 56 % de ses centres de bornes de recharge pour voitures électriques, avec un objectif de 100 % en 2022.

« Act for Territories »

Engagements de Klépierre en faveur des initiatives locales dans les territoires où le Groupe est présent, pour promouvoir l'emploi, l'engagement citoyen et l'avenir du retail

En matière territoriale, Klépierre s'est engagée, entre autres, à ce que 100 % des prestataires de service pour la gestion opérationnelle de ses centres soient des prestataires « locaux » d'ici à 2022 ; en 2018, cet indicateur atteignait 80 %. En outre, 61 % des centres commerciaux de Klépierre ont organisé une collecte de vêtements, de jouets ou de meubles au profit d'une œuvre caritative locale en 2018 et 76 % d'entre eux ont mis à disposition un espace au profit d'une partie prenante locale (entrepreneurs, artistes, associations, etc.). L'objectif est que tous les centres de Klépierre organisent des événements de ce genre chaque année d'ici à 2022.

« Act for People »

Engagements de Klépierre en faveur des visiteurs, des collaborateurs du Groupe et de ceux des enseignes afin d'encourager la création de valeur pour l'ensemble des communautés avec lesquelles le Groupe interagit

Parmi les engagements pris en 2017 figure l'augmentation du *Net Promoter Score* (NPS) du Groupe (mesure de la satisfaction des clients) de 3 points d'ici à 2022. Cet objectif a déjà été atteint en 2018, prouvant l'efficacité de notre approche centrée sur les clients.

Concernant ses salariés, Klépierre s'est engagée à atteindre un taux d'accès la formation de 100 % d'ici à 2022. Avec un taux de 92 % en 2018, le Groupe est en bonne voie pour atteindre ce but.

PERSPECTIVES CONFIRMÉES

Pour l'année 2019, Klépierre vise un cash-flow net courant par action compris entre 2,72 € et 2,75 €.

⁽¹⁾ Aucun des chiffres publiés dans ce communiqué n'a été audité.

⁽²⁾ La variation à périmètre constant s'entend sur une base comparable de centres commerciaux, hors contribution des acquisitions, des nouveaux centres et des extensions, impact des surfaces en cours de restructuration, cessions réalisées en 2018 et 2019 et effets de change.

⁽³⁾ La variation à périmètre constant s'entend sur une base comparable de centres commerciaux, hors impact des cessions d'actifs, des acquisitions et des effets de change.

⁽⁴⁾ Entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2019, la nouvelle norme IFRS 16 a modifié la manière de comptabiliser le paiement des loyers. En ce qui concerne les revenus locatifs, le principal impact de IFRS 16 pour Klépierre est lié aux baux fonciers dont les coûts ont été pratiquement entièrement transférés des charges foncières vers les variations de valeurs des immeubles de placement et les charges d'intérêt sur les dettes de location. Au premier trimestre, cette nouvelle méthode s'est traduite par une augmentation des revenus locatifs nets de 3,4 M€.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES COMMERÇANTS AU PREMIER TRIMESTRE 2019 À PÉRIMÈTRE CONSTANT

Pays	Variation à périmètre constant ^(a)	Part du chiffre d'affaires total publié des commerçants
France	+ 0,2 %	32 %
Belgique	- 2,1 %	2 %
France-Belgique	+ 0,1 %	34 %
Italie	- 1,3 %	25 %
Norvège	- 2,5 %	6 %
Suède	- 3,1 %	6 %
Danemark	- 2,5 %	4 %
Scandinavie	- 2,7 %	17 %
Espagne	+ 2,4 %	8 %
Portugal	+ 2,4 %	3 %
Ibérie	+ 2,4 %	11 %
République tchèque	+ 8,8 %	2 %
Pologne	+ 0,2 %	3 %
Hongrie	+ 6,9 %	2 %
Turquie	+ 6,1 %	2 %
Europe centrale et Turquie	+ 5,1 %	9 %
Pays-Bas^(b)	n.s.	n.s.
Allemagne	- 1,4 %	3 %
TOTAL	+ 0,3 %	100 %

Segments	Variation à périmètre constant ^(a)	Part du chiffre d'affaires total publié des commerçants
Mode	+ 0,5 %	37 %
Culture, cadeaux, loisirs	- 1,5 %	18 %
Santé & beauté	+ 4,0 %	14 %
Équipement de la maison	- 1,5 %	11 %
Alimentation et restauration	+ 2,1 %	12 %
Autres	- 2,4 %	8 %
TOTAL	+ 0,3 %	100 %

(a) La variation à périmètre constant s'entend sur une base comparable de centres commerciaux, hors cessions, acquisitions d'actifs et effets de change.
(b) Seuls quelques magasins récemment ouverts à Hoog Catharijne (Utrecht) communiquent leurs chiffres d'affaires à Klépierre.

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL

En millions d'euros	Part totale		Part du Groupe	
	T1 2019	T1 2018	T1 2019	T1 2018
France	106,7	105,7	86,9	86,5
Belgique	4,4	4,5	4,4	4,5
France-Belgique	111,1	110,3	91,3	91,0
Italie	51,3	53,0	50,7	52,2
Norvège	17,2	17,8	9,6	10,0
Suède	14,7	15,0	8,2	8,4
Danemark	14,4	14,1	8,1	7,9
Scandinavie	46,2	46,8	25,9	26,2
Espagne	29,1	27,9	29,1	27,9
Portugal	6,3	5,9	6,3	5,9
Ibérie	35,4	33,8	35,4	33,8
République tchèque	8,3	8,4	8,3	8,4
Pologne	8,8	8,7	8,8	8,7
Hongrie	4,9	6,1	4,8	6,1
Turquie	5,3	6,2	4,8	5,5
Autres	0,8	0,8	0,8	0,7
Europe centrale et Turquie	28,1	30,2	27,6	29,4
Pays-Bas	20,3	16,6	20,3	16,6
Allemagne	12,4	13,1	11,8	12,5
REVENUS LOCATIFS BRUTS DES CENTRES COMMERCIAUX	304,9	303,7	263,1	261,7
Autres actifs de commerce	6,3	6,4	6,3	6,4
TOTAL REVENUS LOCATIFS BRUTS	311,2	310,0	269,4	268,1
Revenus de gestion, d'administration et autres produits (honoraires)	19,5	21,5	18,6	20,5
CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL	330,7	331,5	287,9	288,5
Sociétés mises en équivalence*	20,9	21,1	20,0	20,2

* Les contributions des sociétés mises en équivalence incluent les investissements dans des sociétés contrôlées conjointement et des investissements dans des sociétés sous influence notable.

AGENDA

8 juillet 2019	Détachement du solde du dividende
10 juillet 2019	Paiement du solde du dividende
24 juillet 2019	Résultats du premier semestre 2019 (après bourse)

CONTACTS RELATIONS INVESTISSEURS

Hubert d'AILLIÈRES

+33 (0)1 40 67 51 37 – hubert.daillieres@klepierre.com

Mengxing ZHANG

+33 (0)1 40 67 53 05 – mengxing.zhang@klepierre.com

Paul LOGEROT

+33 (1) 40 67 53 02 – paul.logerot@klepierre.com

MEDIA PRESSE

Lorie LICHTLEN/Camille PETIT/Benjamin GANDOUIN

Burson, Cohen & Wolfe

+33 (0)1 56 03 12 12 – klepierre.media@bcw-global.com

À PROPOS DE KLÉPIERRE

Klépierre, leader paneuropéen des centres commerciaux, associe une expertise en termes de développement, de gestion locative et d'asset management. Le portefeuille de la Société est estimé à 24,4 milliards d'euros au 31 décembre 2018, et compte de grands centres commerciaux dans 16 pays en Europe continentale, qui accueillent au total 1,1 milliard de visiteurs par an. Klépierre détient une participation majoritaire (56,1 %) dans Steen & Strøm, première société foncière scandinave de centres commerciaux. Klépierre est une Société d'investissement immobilier cotée (SIIC) française, dont les actions sont admises aux négociations sur Euronext Paris, et est membre des indices CAC Next 20, EPRA Euro Zone et GPR 250. Elle est aussi membre d'indices éthiques, comme le DJSI World et Europe, FTSE4Good, STOXX® Global ESG Leaders, Euronext Vigeo France 20 et World 120, et figure sur la « Liste A » du CDP. Ces distinctions soulignent l'engagement du Groupe dans une démarche proactive de développement durable, ainsi que le leadership mondial du Groupe dans la lutte contre le changement climatique.

Pour en savoir plus, veuillez consulter notre site Internet : www.klepierre.com



Le présent communiqué de presse est disponible sur le site internet de Klépierre :

www.klepierre.com