

2023

# PRÉSENTATION DU GROUPE



KLEPIERRE



## PRÉSENTATION DU GROUPE

Histoire du Groupe	4	Des développements ciblés	12
Message du Président	5	Piliers opérationnels	14
Klépierre en quelques chiffres	6	Stratégie RSE	16
Environnement économique	7	Discipline financière	18
Vision et stratégie	8	Un modèle d'affaires créateur de valeur	20
Un portefeuille de centres commerciaux de premier plan	10		

# KLÉPIERRE, en quelques dates

1990

Création de Klépierre.

1998

Fusion avec la Compagnie Foncière. Triplement de la valeur du patrimoine.

2000

Accord avec Carrefour pour acquérir 160 galeries commerciales.

2005

Acquisition d'un portefeuille de centres commerciaux en Pologne et en République tchèque.

2008

Acquisition de Steen & Strøm, foncière scandinave de centres commerciaux.

2012

Simon Property Group, leader mondial de l'industrie des centres commerciaux, acquiert une participation de 28,7% de Klépierre.

2014

Cession de 126 galeries commerciales attenantes à des hypermarchés Carrefour.

2015

Fusion avec Corio aux Pays-Bas et acquisition de deux centres commerciaux, Oslo City (Norvège) et Plenilunio (Espagne).

2017

Ouverture de l'extension de Val d'Europe.

2018

Lancement de la stratégie RSE Act for Good®.

2019

Ouverture de l'extension de Créteil Soleil.

2021

Cession d'actifs en Norvège, France et Allemagne.

2022

Bilan de la stratégie Act for Good® avec 99,8% des objectifs atteints. Inauguration de l'extension de Gran Reno à Bologne (Italie).

2023

Lancement du nouveau plan RSE Act4Good™ avec l'ambition de bâtir la plateforme de commerce la plus durable à horizon 2030. Inauguration de l'extension de Grand Place à Grenoble (France).

**K**lépierre signe en 2023 une année record et confirme sa position de leader européen des centres commerciaux, avec plus de 70 centres de premier plan qui répondent aux besoins de développement et de positionnement des enseignes en croissance.

Les centres Klépierre sont situés dans les plus grandes villes d'Europe, dans des bassins de population à forte croissance démographique et économique et accueillent plus de 700 millions de visiteurs par an.

Alors que les enseignes se recentrent sur les emplacements offrant les meilleures perspectives en matière de consommation, nos centres dominants continuent de gagner des parts de marché.

Ils reflètent notre signature, «Shop. Meet. Connect.®», qui décrit le centre commercial tel que nous le concevons : un lieu de vie, de commerce, d'échanges et d'expériences. Un lieu durable qui reflète notre ambition en matière de RSE.

Grâce à notre plateforme unique de centres commerciaux, couplée à notre excellence opérationnelle et à un profil de risque maîtrisé, le cash flow net courant du Groupe a crû de 10,7% en 2023 à 2,48 € par action. Les ratios d'endettement figurent parmi les tous meilleurs du secteur et nous permettent de disposer de marges de manœuvre pour notre développement.



“

**Jean-Marc JESTIN**  
PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE

Ces solides fondamentaux opérationnels et une discipline financière assumée, nous permettent également d'augmenter régulièrement le dividende en numéraire que nous versons à nos actionnaires. Il atteindra 1,80 € par action au titre de l'exercice 2023.

À l'avenir, nous activerons nos leviers de croissance et poursuivrons nos engagements portés par l'ambition de bâtir la plateforme de commerce la plus durable d'ici 2030.

# KLÉPIERRE, LEADER EUROPÉEN DES CENTRES COMMERCIAUX

Klépierre est propriétaire et gestionnaire du plus large portefeuille de centres commerciaux en Europe continentale, avec plus de 70 centres de premier plan dans 10 pays. Ses actifs sont situés dans les 40 plus grandes villes européennes au sein de bassins de population à forte croissance démographique et économique. Le portefeuille de la société est estimé à 19,3 milliards d'euros au 31 décembre 2023.

Le Groupe est une Société d'Investissement Immobilier cotée (SIIC) française, membre du SBF 120.

Klépierre est aujourd'hui l'un des rares acteurs de l'immobilier commercial à disposer d'une taille critique en Europe continentale lui permettant d'entretenir des liens privilégiés avec les principales enseignes nationales et internationales et d'accompagner leur développement à travers l'ouverture de nouveaux magasins ou l'extension d'unités existantes.



## KLÉPIERRE EN QUELQUES CHIFFRES

70+

CENTRES COMMERCIAUX LEADERS EN EUROPE CONTINENTALE

4,0M

DE m<sup>2</sup> DE SURFACE COMMERCIALE UTILE LOCATIVE

10+

PAYS EN EUROPE CONTINENTALE

1,5Md€

DE CHIFFRE D'AFFAIRES

19,3Md€

VALEUR DE PORTEFEUILLE

10 100

BAUX

1 061

SALARIÉS

3 500

ENSEIGNES

## LE COMMERCE, UN SECTEUR EN CONSTANTE ÉVOLUTION

Le secteur du commerce est largement dominé par le commerce physique, qui représente 85 % des ventes au détail en Europe continentale (Union Européenne, hors Irlande), contre 15 % pour les ventes en ligne (voir infographie ci-contre).

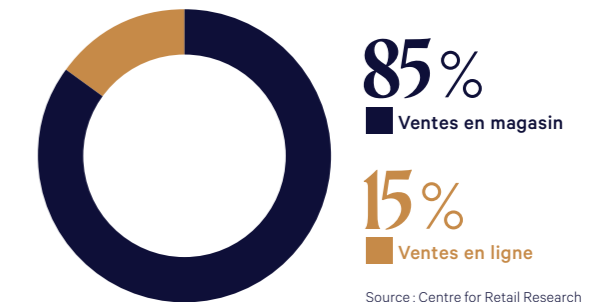
Après avoir connu une forte hausse en Europe continentale au cours des dernières années (de 10 à 18 % selon les pays), les ventes en ligne voient leur rythme de croissance ralentir (hausse de 6 % en 2022 dans l'Union Européenne selon E-commerce Europe, contre 12 % en 2021).

Dans un environnement en constante évolution, marqué par la polarisation du commerce (recentrage des enseignes sur les emplacements offrant les meilleures perspectives en matière de consommation), Klépierre est parvenue à enregistrer une croissance continue sur les derniers exercices. Cette performance est notamment liée au choix du Groupe de se spécialiser sur le segment des grands centres commerciaux, largement plébiscités par les enseignes internationales.

Le consommateur suit aujourd'hui des parcours d'achat de plus en plus hybrides, où se mêlent canaux digitaux et physiques et dans lesquels le magasin jouit d'une place centrale. L'expérience omnicanale permet au client de passer de manière fluide de l'espace physique à l'espace numérique afin de s'inspirer, de chercher et de sélectionner le produit, de l'acheter et le collecter, puis de partager son expérience d'achat.

Ainsi, le commerce physique bénéficie des performances du commerce en ligne et vice-versa. Dans un contexte

Segmentation du secteur du commerce en Europe continentale en 2022<sup>(1)</sup>

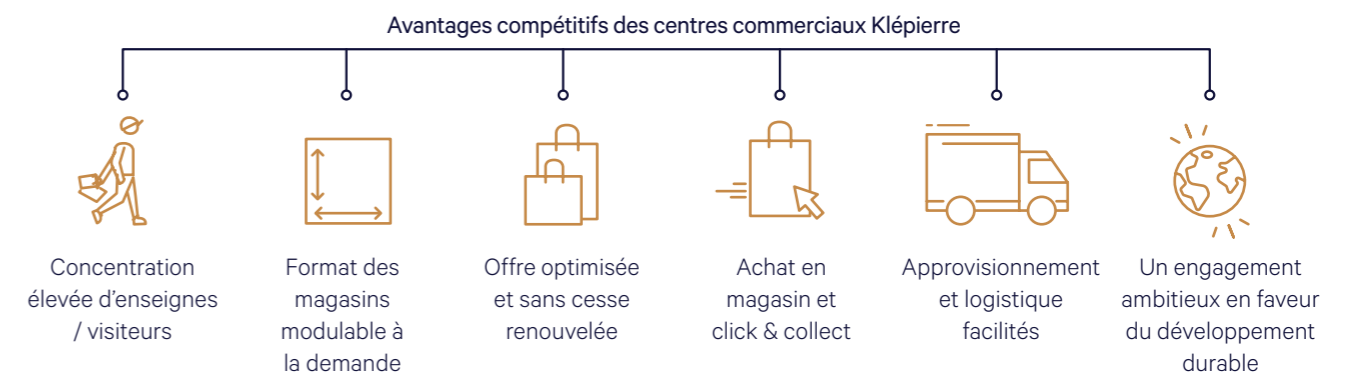


de hausse du coût d'acquisition des clients en ligne et des charges associées à la livraison et aux retours de marchandises, les magasins physiques sont déterminants pour garantir la rentabilité des enseignes et restent au cœur de leur stratégie de développement.

Klépierre propose une offre unique qui permet de maximiser les synergies entre commerce physique et commerce en ligne. Avec plus de 700 millions de visiteurs par an, sa plate-forme de centres commerciaux constitue pour les marques un moyen unique d'accès aux consommateurs. La grande modularité de ses espaces est également propice au développement des stratégies omnicanales et simplifie la logistique des enseignes.

Ainsi, le Groupe continue de gagner des parts de marché dans les zones de chalandise où ses centres commerciaux sont situés.

### Une offre complète au service du commerce



(1) Total des ventes au détail de biens et de services, hors voyages, automobiles, carburant et billetterie.



# VISION ET STRATÉGIE

Dans un secteur du commerce en constante évolution, notre signature Shop. Meet. Connect.® résume à la fois notre savoir-faire et notre vision du centre commercial.

## SHOP.

Parce que notre mission première est d'enrichir l'offre commerciale de nos centres. Notre force réside dans notre capacité à repenser avec agilité le panel d'enseignes qui y sont présentes pour proposer une offre toujours plus pertinente et attractive. À cette fin, nous mettons tout notre savoir-faire en oeuvre pour accompagner les marques dans leur développement et leur transformation, quels que soient leur taille, leurs concepts ou leurs ambitions.

## MEET.

Parce que les centres commerciaux ont vocation à jouer un rôle grandissant dans le tissage du lien social. Nos centres sont des lieux de vie, de rencontre, de découverte et d'expérience pour tous les acteurs qu'ils réunissent. En développant l'offre de restauration et de loisirs, en soignant le parcours client ou encore en organisant des événements inédits, nous réinventons l'expérience shopping, avec un supplément de plaisir et d'émotion.

## CONNECT.

Parce que nos centres sont en prise directe avec les territoires. Connectés aux transports, connectés à la ville et à son activité économique, connectés aux populations. Et bien sûr, connectés grâce au numérique, aux consommateurs, aux enseignes et à tous les collaborateurs qui les font vivre. Tout ceci permet d'offrir à nos visiteurs une expérience unique réunissant le meilleur du commerce physique et du digital.

## UNE VISION QUI EST DÉPLOYÉE DANS L'ENSEMBLE DU PORTEFEUILLE GRÂCE À LA STRATÉGIE EN 4 AXES DU GROUPE



1

# INVESTIR DANS LES MEILLEURS CENTRES EUROPÉENS

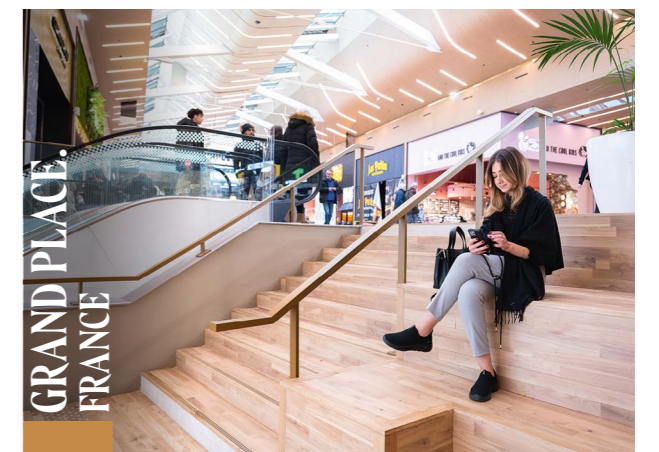
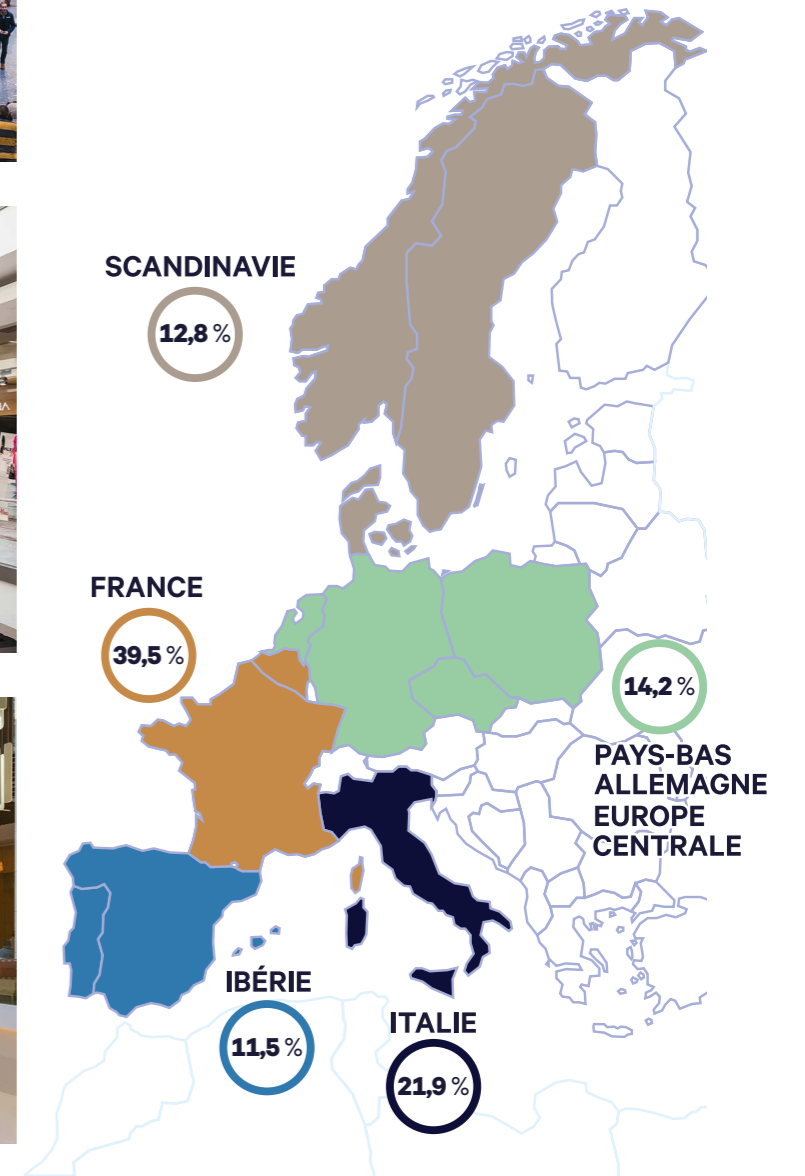
Depuis plus de dix ans, le Groupe a recentré ses activités dans les villes les plus dynamiques d'Europe. Ce choix répond aussi à la stratégie omnicanale mise en œuvre par les principales marques nationales et internationales. Ces dernières sont en effet de plus en plus sélectives quant à l'implantation de leurs magasins. Leur positionnement et leurs plans d'expansion visent à créer un écosystème complet entre les magasins et leur offre digitale. Le Groupe cible donc exclusivement les grandes métropoles d'Europe continentale dont la croissance démographique ou économique est supérieure à la moyenne nationale. Klépierre est positionnée :

- dans les villes européennes les plus densément peuplées ;
- dans des zones de chalandise dont la taille dépasse le million d'habitants ;
- dans des régions prospères dont le PIB par habitant est 20 % supérieur à la moyenne européenne.



## Répartition géographique du patrimoine de Klépierre en 2023

(en % de la valeur du portefeuille, droits de mutation inclus, en part totale)



# DES DÉVELOPPEMENTS CIBLÉS ET CRÉATEURS DE VALEUR

Dans le cadre de sa stratégie de développement, Klépierre transforme régulièrement ses actifs pour renforcer leur position dominante au sein de leur zone de chalandise.  
Le Groupe privilégie les opérations d'extension sur des actifs cristallisant une forte tension locative.

## LA RÉALISATION MAJEURE DE 2023



### GRAND PLACE

GRENOBLE — FRANCE

#### Extension et rénovation de Grand Place

L'ouverture de l'extension de 16200 m<sup>2</sup> de Grand Place a porté la surface totale du centre à 75000m<sup>2</sup>. Avec une offre commerciale entièrement remodelée, l'extension présente 30 nouvelles boutiques et 15 restaurants.



65 M€  
d'investissement  
total

16200 m<sup>2</sup>  
agrandissement

Projet livré dans les  
délais et le budget  
annoncés

Entièrement loué,  
avec un  
rendement locatif  
estimé de 8%



Forte augmentation  
de la fréquentation  
**+60% en décembre  
par rapport à 2022**

## LES GRANDS PROJETS ENGAGÉS



### MAREMAGNUM

BARCELONE — ESPAGNE

Maremagnum accueillera le premier Time Out Market d'Espagne et le deuxième d'Europe.

Avec l'arrivée de Time Out Market, le toit du centre deviendra un lieu incontournable de la scène culinaire barcelonaise et offrira une vue imprenable sur la mer Méditerranée. Son ouverture est prévue au premier semestre 2024, juste à temps pour la Coupe de l'America.



Investissement total :  
**15 M€**

Rendement estimé :  
**13,5 %**

Ouverture :  
**S1 2024**

### ODYSSEUM

MONTPELLIER — FRANCE

#### Extension d'Odysseum

Grâce à la restructuration d'espaces existants et à une extension, Odysseum accueillera un nouveau Primark ainsi qu'une offre de restauration renforcée. Les travaux ont été lancés au premier trimestre 2024 et la livraison est prévue pour 2026.



18500 m<sup>2</sup>  
de restructuration dont  
**8200 m<sup>2</sup>  
d'extension**

Livraison en  
**2025 / 2026**

Investissement :  
**56 M€**

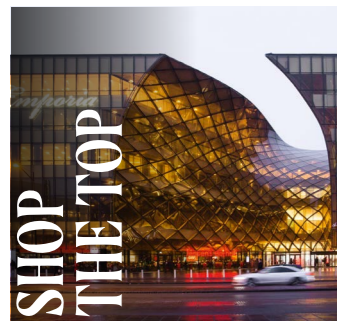
Rendement  
locatif estimé :  
**9,0 %**

► POUR DE PLUS AMPLES INFORMATIONS,  
VOIR CHAPITRE 2 « ACTIVITÉ DE L'EXERCICE ».

2

# CRÉER LES DESTINATIONS SHOPPING PRÉFÉRÉES

Notre métier, ce n'est pas seulement investir dans les meilleurs actifs immobiliers, c'est aussi en faire les lieux de vie préférés de nos clients. Une ambition portée par les équipes de Klépierre dont l'expertise est reconnue en matière de commercialisation, d'exploitation et d'animation. Des équipes qui créent la préférence en déclinant Shop. Meet. Connect.® au quotidien :



## SHOP THE TOP

La qualité, le renouvellement et la diversité de l'offre commerciale sont les facteurs déterminants dans le choix d'une destination shopping.

C'est pourquoi nous faisons venir dans nos centres les meilleures enseignes nationales et internationales dans tous les secteurs, de la mode aux services en passant notamment par le sport, le loisir, la santé - beauté et la restauration.

Nous créons les conditions immobilières pour que les marques investissent dans leurs points de vente et y développent leur dernier concept. Nous accompagnons la transformation du commerce, et capitalisons sur la puissance de notre portefeuille européen pour introduire des concepts exclusifs et proposer des configurations variées, de la boutique éphémère au *flagship*.



## MEET FOR REAL

L'expérience client doit être irréprochable, expérientielle et enrichissante. Nos centres doivent être des *hubs* où l'on se rencontre et découvre.

C'est pourquoi nous concevons nos centres commerciaux comme des lieux de vie, des lieux sûrs, accueillants, hospitaliers, des lieux où l'on a toujours quelque chose à découvrir en famille et entre amis et où chacun se sent chez soi. Des espaces pensés pour offrir toujours plus de services et de confort, dans un design soigné.



## CONNECT IT ALL

Nos lieux sont au centre de toutes les connexions : humaines, territoriales, économiques et digitales.

Nous créons des espaces respectueux de l'environnement, dynamiques et connectés, basés sur des partenariats de proximité avec les acteurs locaux. Des lieux où il se passe toujours quelque chose, où s'invitent la culture, le sport, l'art, le divertissement et de multiples initiatives associatives. Ainsi, nous apportons une contribution positive à toutes les communautés autour de nos centres.

Pour que nos clients restent connectés, nous privilégions le développement des enseignes omnicanales qui proposent la meilleure offre online / offline de leur secteur.

Des performances opérationnelles solides

**+6%**  
CHIFFRE D'AFFAIRES  
DES COMMERÇANTS  
à périmètre constant  
par rapport à 2022

**1658**  
BAUX SIGNÉS  
+22% sur un an

**96%**  
TAUX D'OCCUPATION  
+20 points de base  
sur un an

**12,8%**  
TAUX  
D'EFFORT

**+4,4%**  
RÉVERSION

**97,5%**  
TAUX DE COLLECTE  
+110 points de base  
par rapport à 2022

## UNE OFFRE COMMERCIALE COMPLÈTE ET SANS CESSER RENOUVELÉE

Contrairement au commerce de centre-ville, la gestion des centres commerciaux par un opérateur unique et spécialisé permet de veiller à la cohérence de l'offre commerciale autant qu'à sa variété.

Klépierre s'attache ainsi à offrir des produits et des services qui répondent pleinement aux attentes des clients.

De la mode à la beauté en passant par le sport et les loisirs, les clients des centres commerciaux de Klépierre disposent donc d'une déclinaison complète des meilleurs concepts de chaque segment.

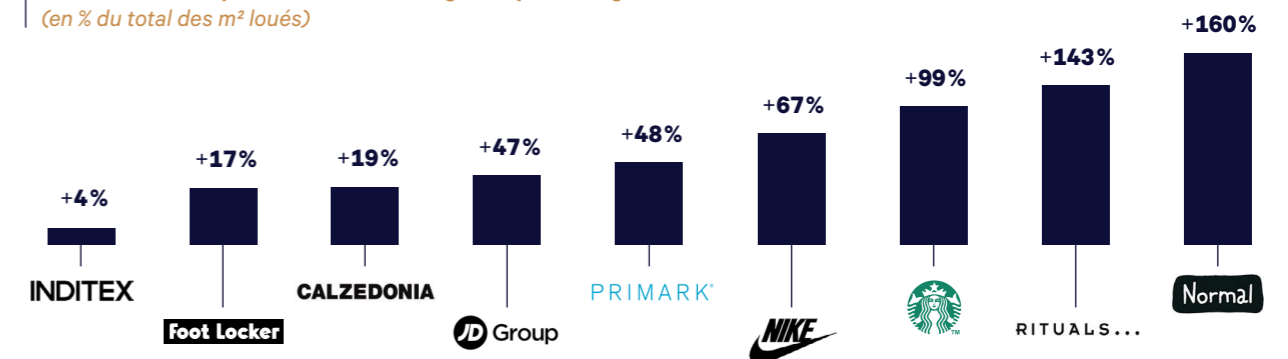
Offre commerciale  
(répartition du chiffre d'affaires par segment)



Pour continuer à gagner des parts de marché, Klépierre renouvelle en permanence son offre commerciale :

- En attirant les principales enseignes omnicanales et en adaptant la surface des magasins à leur besoin (« *rightsizing* ») ; et
- En accompagnant le développement des segments les plus dynamiques tels que la santé-beauté, le sport, les services et le divertissement pour remplacer les concepts déclinants.

Évolution de la superficie totale des magasins par enseigne entre 2019 et 2023  
(en % du total des m<sup>2</sup> loués)





# 3 BÂTIR LA PLATEFORME DE COMMERCE LA PLUS DURABLE

Klépierre, leader mondial de son secteur en matière de développement durable, poursuit sa stratégie RSE avec un nouveau plan, nommé Act4Good™, dont l'ambition est de « bâtir la plateforme de commerce la plus durable d'ici à 2030 ».



Bâtir un commerce qui dure, c'est avant tout opérer des lieux de commerce bas carbone contribuant pleinement à la lutte contre le réchauffement climatique. C'est également offrir des lieux qui rendent véritablement service aux communautés et qui soient des lieux d'accueil. C'est aussi contribuer à développer les compétences de celles et ceux qui nous entourent et qui fréquentent nos centres. C'est enfin être à l'avant-garde du changement, en encourageant des modes de vie plus durables.

## Act4Good™ S'APPUIE SUR 4 ENGAGEMENTS MAJEURS :



ATTEINDRE LE NET ZÉRO CARBONE



DÉVELOPPER LES TALENTS



SERVIR LES COMMUNAUTÉS



PROMOUVOIR DES MODES DE VIE PLUS DURABLES



## ZOOM SUR L'ENGAGEMENT D'UN PORTEFEUILLE NET ZÉRO CARBONE À 2030

### EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

- Atteindre une efficacité énergétique moyenne du portefeuille de **70 kWh/m²**
- Mesurer la consommation d'énergie des parties privatives des enseignes de nos centres et les aider à réduire de **20 %** leur consommation d'énergie

### PRODUCTION D'ÉNERGIES RENOUVELABLES

- Produire localement de l'énergie renouvelable pour atteindre jusqu'à **30 %** d'autoproduction dans nos 40 premiers centres

### MOBILITÉ

- Mobiliser nos visiteurs dans le but de réduire de **40 %** les émissions de carbone liées aux moyens de transport utilisés

### ÉCONOMIE CIRCULAIRE

- Atteindre **100 %** de valorisation des déchets en mettant l'accent sur la récupération des matériaux
- S'assurer que tous nos nouveaux projets de développement/rénovation intègrent des solutions bas carbone
- Accompagner nos enseignes dans la création de boutiques bas carbone (travaux structurels et aménagements)

### BIODIVERSITÉ

- S'engager à une **zéro** artificialisation nette pour tous les projets de développement de centres

## UN LEADERSHIP EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE LARGEMENT RECONNU

Klépierre, leader européen des centres commerciaux, est distinguée par de nombreuses agences de notation pour l'excellence de sa politique RSE.



Le GRESB est la principale référence mondiale en matière environnementale, sociale et de gouvernance pour l'immobilier et les infrastructures.

Pour la quatrième année consécutive, Klépierre est reconnue comme le leader européen de l'immobilier commercial coté et maintient sa note de cinq étoiles, attribuée aux 20 % d'entreprises les plus performantes, toutes catégories confondues. En 2023, le Groupe a obtenu un score de 93 sur 100.



CDP est une organisation internationale qui évalue les entreprises de A à D en fonction de leur impact environnemental et les aide à suivre et à comparer leurs progrès.

Sur les plus de 21 000 entreprises qui ont divulgué leurs données en 2023, Klépierre est l'une des 353 entreprises dans le monde à figurer dans la prestigieuse « liste A » du CDP sur le climat, qui reconnaît son leadership en matière de transparence d'entreprise et de performance climatique.



MSCI mesure la résilience à long terme des entreprises face aux risques matériels, environnementaux, sociaux et de gouvernance. Les notations ESG vont de leader (AAA, AA), moyen (A, BBB, BB) à retardataire (B, CCC). En 2023, Klépierre a reçu la note AA.



Pour la 12<sup>e</sup> année consécutive, Klépierre a reçu un prix « OR » de la part de l'EPRA, qui promeut, développe et représente le secteur des sociétés immobilières européennes cotées en bourse.

L'EPRA participe activement au débat sur les pratiques en matière de développement durable à travers différentes initiatives, notamment l'élaboration de recommandations de bonnes pratiques en matière de développement durable et de conseils pour les sociétés immobilières européennes cotées en bourse.



Le Groupe a rejoint l'indice boursier CAC 40 ESG d'Euronext, qui regroupe les 40 sociétés françaises cotées les plus responsables sur la base de leur notation ESG Moody's. Klépierre est déjà membre du CAC SBT 1.5, un autre indice boursier d'Euronext composé d'entreprises dont les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre contribuent à limiter le réchauffement climatique à 1,5°C.



DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

La stratégie de réduction des émissions de carbone de Klépierre est alignée sur la trajectoire d'un réchauffement climatique de 1,5°C maximum et a été approuvée par l'initiative Science Based Targets (SBTi), avec le niveau d'ambition le plus élevé.

4

# MAINTENIR UNE DISCIPLINE FINANCIÈRE RIGOUREUSE

En matière financière, Klépierre adopte une approche visant à financer par son cash-flow opérationnel, ses dividendes et ses investissements. Dans le cadre de sa politique de rotation du capital consistant à réinvestir le produit des cessions dans le pipeline de développement ou des acquisitions ciblées, et combinant une croissance du cash-flow avec un effet de levier modéré, le Groupe génère, année après année, une solide croissance du dividende.

## UNE TRAJECTOIRE DE FORTE CROISSANCE

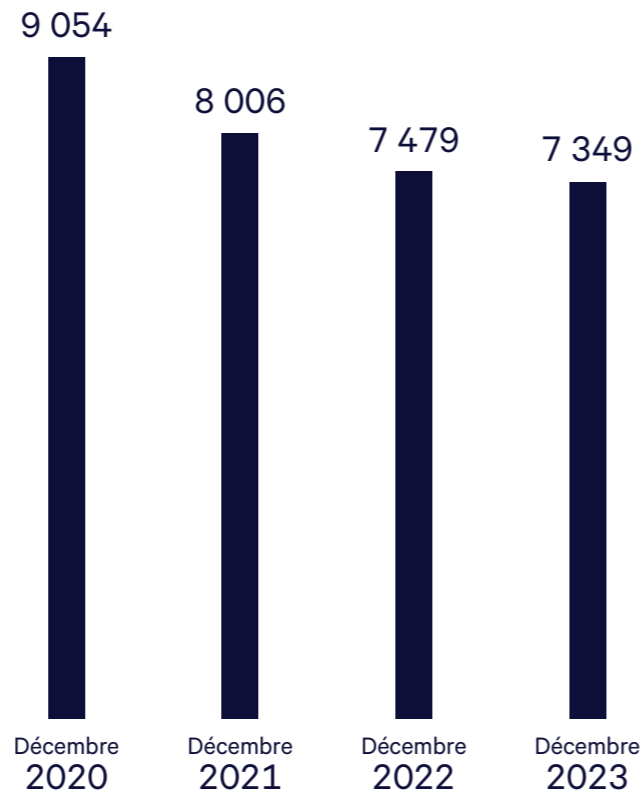
En 2023, le cash-flow net courant s'élève à 811,6 M€ (part totale), ou 2,48 €<sup>(1)</sup> par action (part du Groupe), soit une hausse record de 10,7%<sup>(2)</sup> sur un an.



## UN ENDETTEMENT MAÎTRISÉ

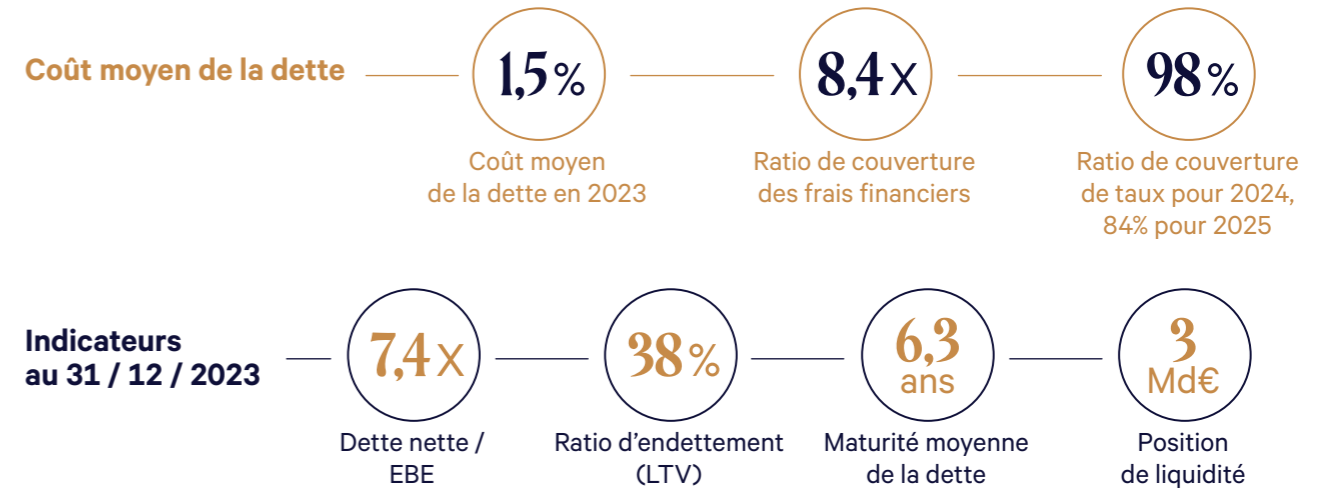
La forte génération de cash-flow et les cessions ont permis une diminution de 1,7 milliard d'euros de l'endettement net depuis 2020, dont 130 millions d'euros en 2023.

Évolution de la dette nette entre décembre 2020 et décembre 2023 (en millions d'euros)



## PARMI LES LEADERS DU SECTEUR EN MATIÈRE DE RATIO D'ENDETTEMENT

Grâce à une amélioration continue de ses ratios financiers, le Groupe affiche un bilan parmi les plus solides du secteur et de très bonnes notations de crédit. Depuis mai 2023, Fitch attribue la note A- avec une perspective stable à la dette senior non garantie de Klépierre (note F1 à court terme). Standard & Poor's attribue à Klépierre une note à long terme de BBB+ (note à court terme de A2) avec une perspective stable.



## UNE DISTRIBUTION EN CROISSANCE

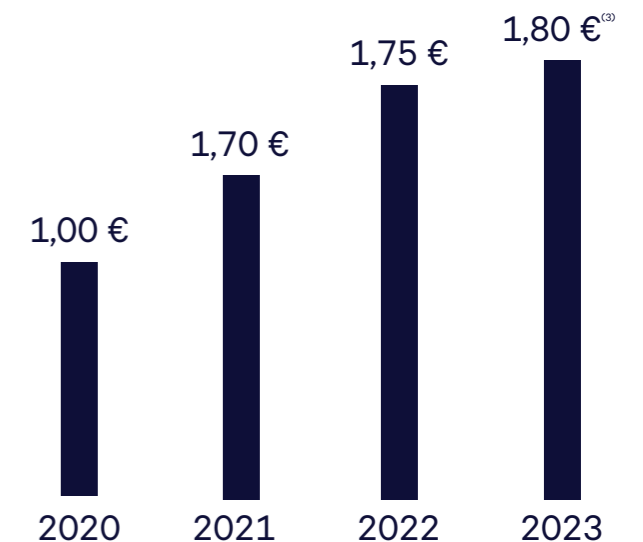
Cette discipline financière permet à Klépierre de proposer un dividende en numéraire en constante progression.



Taux de distribution : 73%



Évolution de la distribution en numéraire par action



(1) Hors produit non récurrent lié aux créances de 2020 et 2021.

(2) Hors produit non récurrent lié aux créances de 2020 et 2021 (0,30 €) et cash-flow généré par les actifs cédés (0,08 €), le cash-flow net courant par action s'élevait à 2,24 € en 2022.

(3) Montant qui sera soumis à l'approbation des actionnaires présents ou représentés à l'Assemblée générale annuelle du 3 mai 2024.

# UN MODÈLE D'AFFAIRES CRÉATEUR DE VALEUR

## CONTEXTE

Évolution des modes de consommation

Métropolisation de l'Europe

Montée en puissance des enjeux environnementaux

Degré de tension du marché de l'emploi

## RESSOURCES

### FINANCIÈRES

- 19,3 Md€ de patrimoine
- 7,3 Md€ d'endettement net
- 7,1 Md€ de capitalisation boursière

### ÉCONOMIQUES & SOCIALES

- 3 500 enseignes

### HUMAINES & INTELLECTUELLES

- 1061 collaborateurs
- 40 % de femmes parmi les 100 postes à plus forte responsabilité

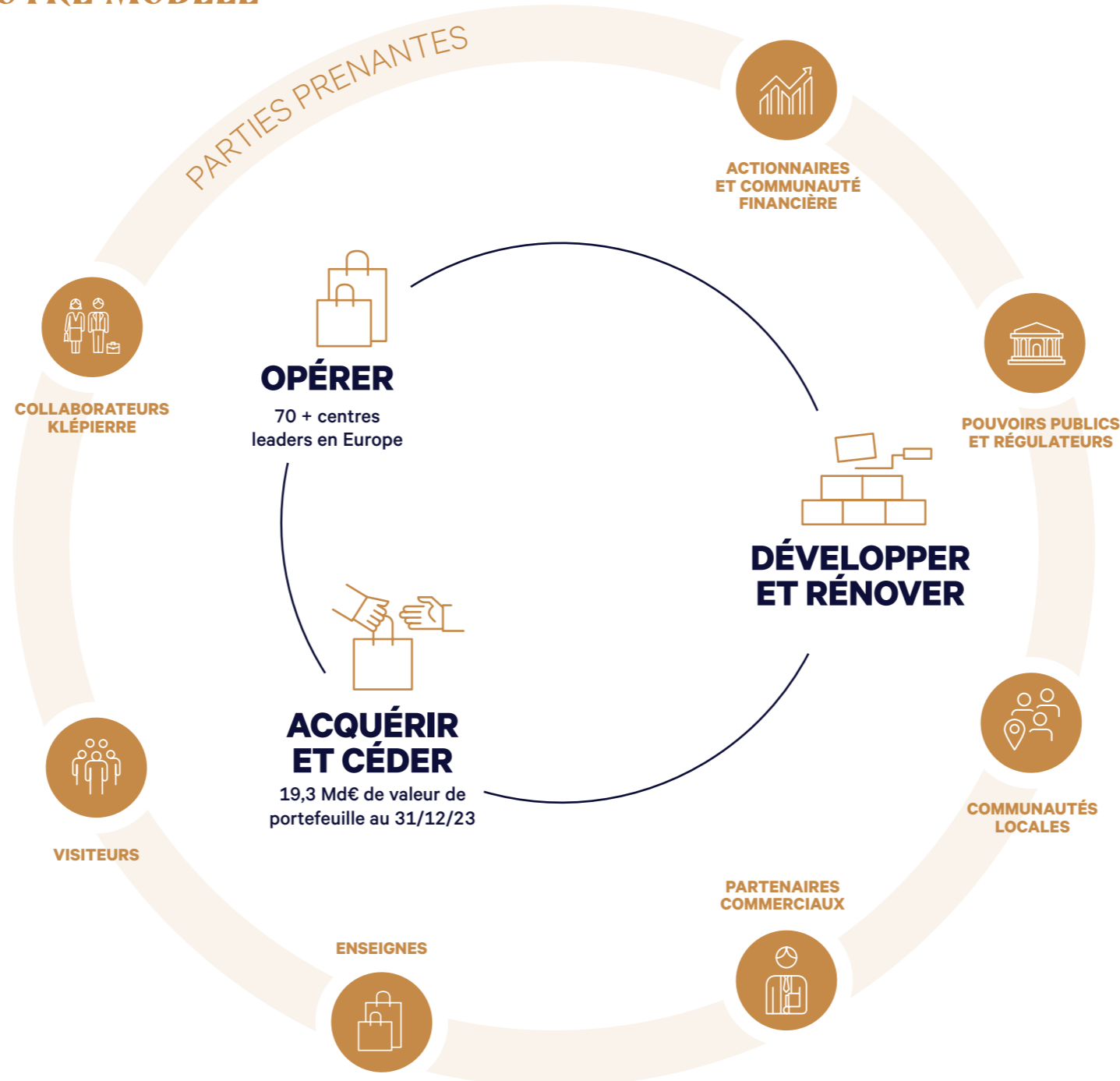
### NATURELLES

- 74,9 kWh/m<sup>2</sup> de consommation annuelle d'énergie
- 2,5 M de m<sup>3</sup> de consommation d'eau
- 100 % d'électricité renouvelable

### INFRASTRUCTURES & TECHNOLOGIE

- 100 % des actifs connectés aux transports en commun
- 253 To de données IT (hors sauvegarde)

## NOTRE MODÈLE



## CRÉATION DE VALEUR

### FINANCIÈRES

- 812 M€ de cash-flow net courant
- 500 M€ distribués aux actionnaires au titre de l'exercice 2022

### ÉCONOMIQUES & SOCIALES

- 1658 nouveaux baux
- Pour 1 emploi Klépierre créé, 2,2 emplois créés dans l'économie locale
- 89 M€ de taxes locales
- Progression de 35 points du NPS (versus 2017)

### HUMAINES & INTELLECTUELLES

- 27 % de postes pourvus en interne
- 100 % d'accès à la formation

### NATURELLES

- 84 % de réduction d'intensité CO<sub>2</sub> (depuis 2017)
- 48 % de réduction d'intensité énergétique (depuis 2013)
- 100 % de centres certifiés
- 100 % de déchets valorisés



Réalisation et production

Contact : [fr\\_content\\_and\\_design@pwc.com](mailto:fr_content_and_design@pwc.com)

Crédits photos : Alfred Cromback, Ritmo Cabrio Studio,  
Nathalie Oundjian, photothèque Klépierre





**KLEPIERRE**



**Klépierre**

26, boulevard des Capucines  
75009 Paris – France

**[www.klepierre.com](http://www.klepierre.com)**