

SHOP. MEET. CONNECT. 2025



PROFIL du Groupe

Klépierre est le leader européen des foncières spécialisées en centres commerciaux avec un patrimoine de 70 actifs de premier plan implantés dans les métropoles à forte croissance démographique et économique telles que Madrid, Paris, Rome, Oslo, Barcelone, Prague, Milan ou Copenhague.

Les centres commerciaux du Groupe regroupent les meilleures marques nationales et internationales du prêt-à-porter, du sport, des services, de la restauration, du loisir, de la santé et de la beauté, et accueillent chaque année plus de 700 millions de visites.

Shop. Meet. Connect.®, la signature du Groupe, symbolise notre vision du centre commercial : un lieu de vie où l'offre est sans cesse renouvelée, un espace d'échanges, de découverte et de divertissement qui propose régulièrement de nouveaux services à ses clients, un lieu créateur de valeur pour son territoire d'implantation.

Klépierre intègre les meilleures pratiques environnementales et sociales dans l'ensemble de sa chaîne de valeur. La stratégie RSE du Groupe, déployée dès 2013 et renforcée en 2023 avec le plan Act4Good®, répond à cette ambition : bâtir la plateforme de commerce la plus durable d'ici à 2030.

Klépierre est une société d'investissement immobilier cotée (SIIC), membre de l'indice SBF 120, dont les actions sont admises aux négociations sur Euronext Paris. La valeur du portefeuille d'actifs du Groupe est estimée à plus de 20 milliards d'euros au 31 décembre 2024.



TROIS QUESTIONS à Jean-Marc Jestin, président du directoire de Klépierre



Quel bilan dressez-vous de l'année 2024 ?

Après un exercice 2023 record, 2024 se caractérise une nouvelle fois par une forte croissance pour Klépierre, tant sur le plan financier qu'opérationnel.

Nos loyers nets ont crû de plus de 6 % à périmètre constant, bien au-delà de l'indexation, tandis que notre cash-flow net courant a augmenté de plus de 5 %. Tous nos indicateurs opérationnels se sont améliorés, portés par l'excellente dynamique des ventes des commerçants et le travail continu de nos équipes. La valeur du patrimoine a augmenté, pour la première fois depuis cinq ans, affichant une progression de 4 % à périmètre constant.

Grâce à un bilan solide nous avons finalisé l'acquisition créatrice de valeur de deux centres commerciaux, en région parisienne et à Rome. Conformément à notre stratégie, ils figurent parmi les actifs les plus fréquentés d'Europe, affichent des chiffres d'affaires au mètre carré élevés et accueillent déjà les enseignes les plus dynamiques. Par ailleurs, nous avons achevé l'extension de Maremagnum à Barcelone et lancé celle d'Odysseum, le centre leader de Montpellier, dont la livraison est prévue en 2025.

Ces excellents résultats ont amené le Conseil de surveillance à proposer à l'Assemblée Générale des actionnaires une nouvelle hausse du dividende qui atteint 1,85 euro par action au titre de l'exercice 2024. Enfin, sur le plan extra-financier, nous avons poursuivi le déploiement de notre stratégie RSE Act4Good®. Celle-ci s'inscrit au cœur même de notre modèle économique, participe à la création de valeur à long terme et contribue à fédérer toutes nos parties prenantes pour faire progresser l'ensemble du secteur. En fin d'année, nos performances ont d'ailleurs été saluées une nouvelle fois par le GRESB⁽¹⁾ qui a désigné le Groupe

comme la première foncière de commerce cotée au monde en matière de développement durable.

Quels sont les principaux facteurs de ce succès ?

Depuis plus de dix ans, nous avons engagé une transformation de notre portefeuille et développé un positionnement unique avec 70 centres commerciaux leaders en Europe continentale. Situés dans les plus grandes villes disposant des meilleures perspectives économiques et démographiques, ces centres sont aujourd'hui incontournables pour les enseignes en développement. Avec plus de 700 millions de visites annuelles, ils permettent aux enseignes d'accéder à un grand nombre de consommateurs, à un coût abordable, ce qui leur assure une bonne rentabilité. Notre offre commerciale est renouvelée en permanence, nous proposons un excellent niveau de services et investissons dans nos actifs pour répondre aux attentes de nos clients.

Enfin, notre discipline financière et la solidité de notre bilan nous permettent de procéder à des acquisitions pour créer un maximum de valeur et croître durablement.

Comment abordez-vous l'année 2025 ?

Les derniers mois ont été marqués en Europe par le ralentissement de l'inflation, la baisse du chômage et des hausses de salaires qui ont favorisé une progression de la consommation des ménages : les sous-jacents de notre activité sont donc bien orientés et constituent un socle propice à la croissance. La demande locative pour nos centres est forte et nous continuons à gagner des parts de marché. Dans ce contexte, nous prévoyons une hausse de notre excédent brut d'exploitation en 2025.

⁽¹⁾ Global Real Estate Sustainability Benchmark.

KLÉPIERRE, leader dans un secteur en mutation

Propriétaire et gestionnaire de centres commerciaux de premier plan en Europe continentale, Klépierre se situe au carrefour de deux secteurs : l'immobilier et le commerce. La foncière opère dans un marché très fragmenté et concurrentiel, marqué par de profondes transformations.

Un secteur en constante évolution

En Europe continentale, l'activité est largement dominée par le commerce physique qui représente 85 % des ventes au détail, contre 15 % pour les ventes en ligne dont la croissance tend à se stabiliser. Le marché de l'immobilier commercial est quant à lui très fragmenté et les centres commerciaux ne représentent qu'environ 20 % des surfaces commerciales d'Europe continentale, le reste étant dévolu aux centres-villes (pieds d'immeuble), et à d'autres acteurs (retail parks, outlets...).

Néanmoins, sous l'influence des changements démographiques (concentration de la population dans les grandes agglomérations), de l'évolution de la mobilité (politiques publiques contraignantes à l'égard des voitures, développement des transports en commun) ainsi que de l'essor du numérique, les modes de consommation évoluent constamment, conduisant les enseignes à adapter leur stratégie commerciale.

En effet, le consommateur suit aujourd'hui des parcours d'achat de plus en plus hybrides, où se mêlent canaux

numériques et physiques, dans lesquels le magasin jouit d'une place centrale. Les commerçants mettent l'accent sur l'omnicanalité qui consiste à combiner une distribution en magasin et une offre en ligne. Le client passe ainsi, de manière fluide, de l'espace physique à l'espace numérique afin de s'inspirer, de chercher et de sélectionner un produit, de l'acheter et le récupérer (click & collect), puis de partager son expérience d'achat sur les réseaux sociaux.

Klépierre, acteur d'envergure européenne

Acteur de niche positionné sur les centres commerciaux de destination dont la fréquentation dépasse plusieurs millions de visites par an, Klépierre répond parfaitement à cette tendance qui lui permet d'attirer les meilleures enseignes et de gagner des parts de marché. Dans la catégorie des centres commerciaux, le Groupe est l'un des rares acteurs à disposer d'une taille critique et à bénéficier d'une implantation dans la plupart des grands pays européens.

Les meilleurs emplacements au cœur du développement des grandes enseignes

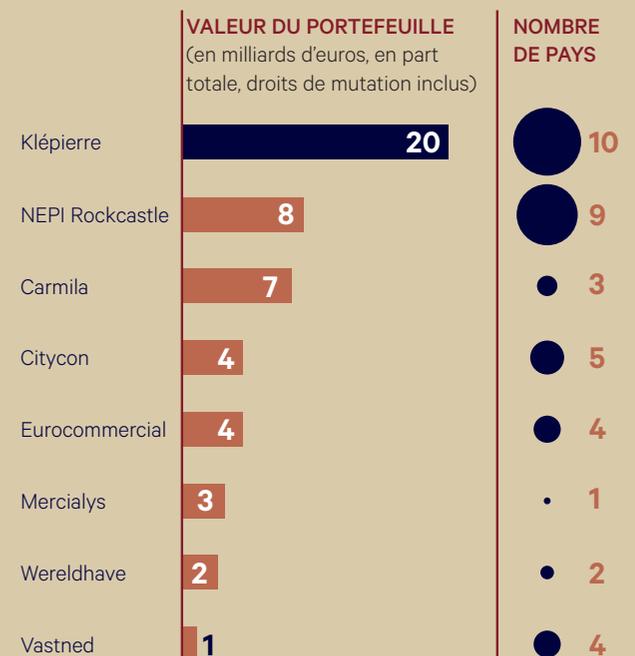
Dans un contexte de hausse du coût d'acquisition des clients en ligne et des charges associées à la livraison et aux retours de marchandises, les magasins physiques sont déterminants pour garantir la rentabilité des enseignes et restent au cœur de leur stratégie de développement.



Ces dernières années, les enseignes nationales et internationales ont donc rationalisé leurs portefeuilles de magasins et se sont recentrées sur les emplacements offrant les meilleures perspectives : elles font le choix de la qualité et exploitent un nombre plus restreint de boutiques en choisissant des formats plus grands, optimisant ainsi leur logistique commerciale.

Avec une offre variée, un grand nombre de visiteurs, des espaces modulables, une grande accessibilité et une logistique facilitée, les grands centres commerciaux des métropoles européennes sont parfaitement adaptés aux exigences des enseignes qui se développent. De surcroît, du fait d'importantes barrières à l'entrée (diminution significative de la construction de nouveaux centres commerciaux en Europe continentale et renforcement continu du cadre réglementaire régissant l'artificialisation des sols), les bons emplacements sont rares et les substituts physiques plus encore. Dans ce contexte, l'équilibre entre l'offre et la demande de surface commerciale a été modifié et est de nature à renforcer l'attractivité des centres dominants dans leur zone de chalandise. Ainsi, les marques favorisent les emplacements de qualité au détriment des emplacements secondaires.

VALEUR DU PATRIMOINE DES PRINCIPALES FONCIÈRES EUROPÉENNES DE COMMERCE COTÉES⁽¹⁾



(1) Source : données publiées par les entreprises au 31 décembre 2024.



DES ACTIFS DE PREMIER PLAN au service des enseignes

Avec 70 centres commerciaux leaders répartis dans 10 pays, Klépierre met à disposition des commerçants des espaces uniques et modulables, leur permettant ainsi de générer un montant total de ventes supérieur à 12 milliards d'euros.

Grâce aux initiatives stratégiques des dix dernières années, le Groupe a recentré ses activités sur les métropoles à forte croissance qui correspondent au positionnement et aux plans d'expansion des principales enseignes nationales et internationales. Ainsi, les centres commerciaux de Klépierre, connectés aux réseaux de transports, répondent à des critères de sélection clairs et sont implantés :

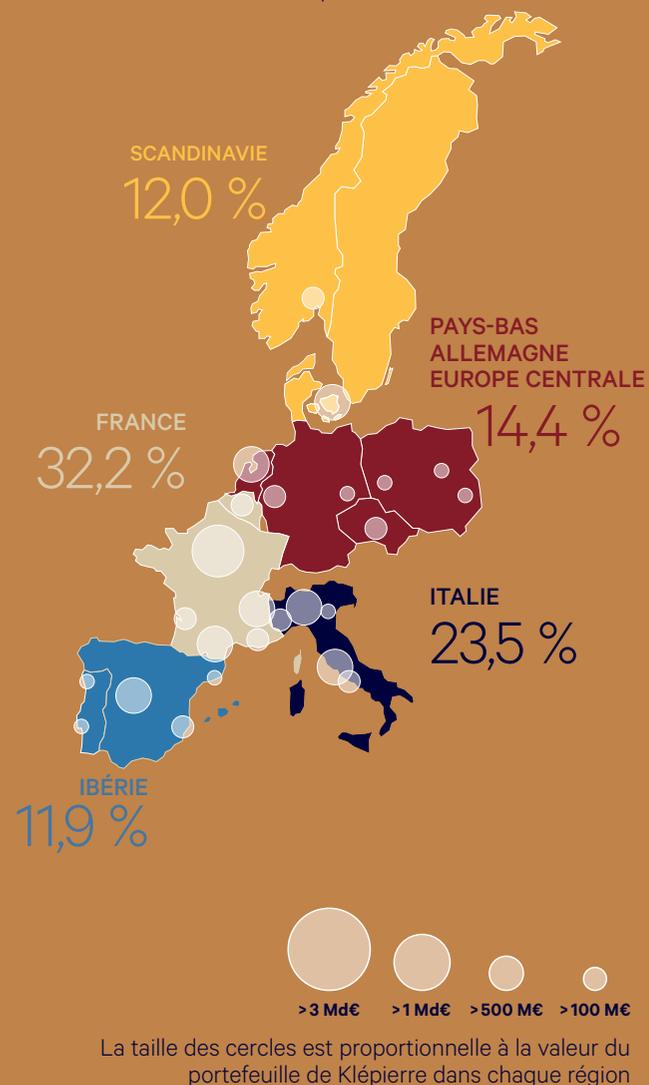
- dans les villes européennes les plus densément peuplées,
- dans des zones de chalandise qui dépassent le million d'habitants,
- dans des régions prospères dont le PIB par habitant est supérieur de 20 % à la moyenne nationale.

Ce choix résolu permet au Groupe de gagner des parts de marché dans ses régions d'implantation, et aux commerçants d'y enregistrer une croissance régulière de leurs chiffres d'affaires (+ 4 % à périmètre constant en 2024).

Le Groupe garantit également aux enseignes une efficacité opérationnelle élevée, des services innovants et un accompagnement sur mesure pour leur développement (taille des emplacements, installation des derniers concepts, etc). Aussi les espaces de Klépierre rassemblent-ils les plus grandes marques (Inditex, H&M, Sephora, McDonald's, Primark...) faisant du Groupe l'un de leurs principaux partenaires en Europe.

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DU PATRIMOINE DE KLÉPIERRE EN 2024

(En % de la valeur du portefeuille, droits de mutation inclus ⁽¹⁾ en part totale)



⁽¹⁾ Droits d'enregistrement et taxes appliqués dans le cadre d'une transaction immobilière.

20,2 Md€

VALEUR DU PORTEFEUILLE

4M

DE M² DE SURFACE
COMMERCIALE UTILE

70

CENTRES COMMERCIAUX
DE PREMIER PLAN

3 500

ENSEIGNES

10

PAYS EN EUROPE
CONTINENTALE

100 %

CONNECTÉS AUX
TRANSPORTS
EN COMMUNS

10 000

BAUX

Chiffres arrondis au 31 décembre 2024.







VISION et stratégie

La signature de marque de Klépierre est Shop. Meet. Connect.® Elle traduit sa vision du centre commercial : un lieu qui offre le meilleur du commerce ; un lieu de vie où le parcours client permet la rencontre et l'expérience ; un lieu durable et acteur du territoire, connecté à son environnement économique et social.

LA STRATÉGIE DU GROUPE repose sur 4 piliers

1. Susciter la préférence des enseignes et des visiteurs signifie, pour les centres commerciaux Klépierre, excellence en matière commerciale, ainsi qu'en matière d'animation, d'exploitation, de sûreté et de sécurité.

2. Klépierre poursuit également une stratégie d'amélioration continue de son portefeuille. Pour ce faire, le Groupe investit pour agrandir, rénover et embellir ses espaces tout en procédant à des acquisitions ciblées pour accroître son développement.

3. En 2023, Klépierre a réhaussé ses ambitions RSE pour bâtir la plateforme de commerce la plus durable d'ici à 2030, avec des engagements environnementaux, sociaux et territoriaux qui concernent l'ensemble de ses activités.

4. Enfin, Klépierre poursuit une gestion financière rigoureuse, ce qui lui permet d'afficher des ratios d'endettement parmi les plus solides des foncières de commerce en Europe et d'assurer à ses actionnaires une croissance du dividende.



1. Susciter la préférence des enseignes et des visiteurs

Le Groupe transforme ses lieux en destinations incontournables pour qu'ils soient les centres commerciaux préférés des enseignes et des visiteurs. Une ambition portée par les équipes opérationnelles de Klépierre, dont l'expertise est largement reconnue, et qui se décline en trois principes.

Shop The Top : l'excellence commerciale

L'offre demeure la principale raison de visite d'un centre commercial. C'est pourquoi Klépierre veille à la qualité et à la diversité des enseignes qu'elle accueille dans tous les secteurs, de la mode aux services en passant par le sport, le loisir, la santé-beauté et la restauration. Le Groupe contribue au développement des meilleures marques internationales et nationales, et intègre les concepts récents dont il suit l'émergence et soutient le développement.

Meet For Real : une expérience client irréprochable

Si l'offre commerciale est clé, elle n'est pas suffisante. La promesse d'un centre commercial Klépierre passe par un parcours et une expérience client irréprochables, fondés sur les meilleurs standards en matière d'hospitalité. Le Groupe conçoit ses centres comme des lieux de vie durables, sûrs et accueillants offrant toujours le tout dans une architecture soignée. À travers des campagnes promotionnelles, des événements et un programme de fidélité



exclusif, ils sont de véritables lieux de rencontre et de divertissement.

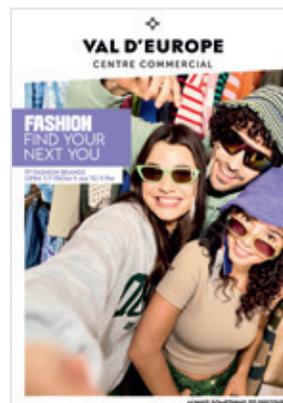
Connect It All : un ancrage local, un rayonnement global

Les centres Klépierre sont implantés au cœur de territoires fortement peuplés et bénéficiant de réseaux de transports denses. Ils contribuent au développement économique des régions en créant des espaces connectés, respectueux de l'environnement, autour de partenariats étroits avec les parties prenantes locales : commerçants, équipés sur site, riverains, acteurs économiques, touristiques ou associatifs.

Le Groupe propose des initiatives pour accroître la visibilité et améliorer la performance des enseignes : panneaux numériques, signalétique ciblée, animations sur site et espaces éphémères. De plus, Klépierre partage son savoir-faire en matière de développement durable avec les commerçants afin de les aider à progresser vers une plus grande sobriété énergétique.

Ces trois engagements s'expriment au sein de nos centres commerciaux et sur leurs réseaux sociaux à travers la campagne grand public *Always something to discover*.

Un territoire de communication composé de photographies spontanées, de moments de vie authentiques, qui évoquent la découverte, la proximité et la diversité des expériences dans nos centres. Ancrage territorial, dynamisme et accessibilité sont autant de raisons d'y venir et revenir.



DE SOLIDES INDICATEURS OPÉRATIONNELS

+4 %

CHIFFRE D'AFFAIRES DES COMMERÇANTS À PÉRIMÈTRE CONSTANT PAR RAPPORT À 2023

1 725

BAUX SIGNÉS (+4 % SUR UN AN)

+96,5 %

TAUX D'OCCUPATION (+50 POINTS DE BASE SUR UN AN)

12,6 %

TAUX D'EFFORT ⁽¹⁾ (AMÉLIORATION DE 20 POINTS DE BASE SUR UN AN)

+4 %

RÉVERSION ⁽²⁾

97,8 %

TAUX DE COLLECTE DES LOYERS (+30 POINTS DE BASE VS 2023)

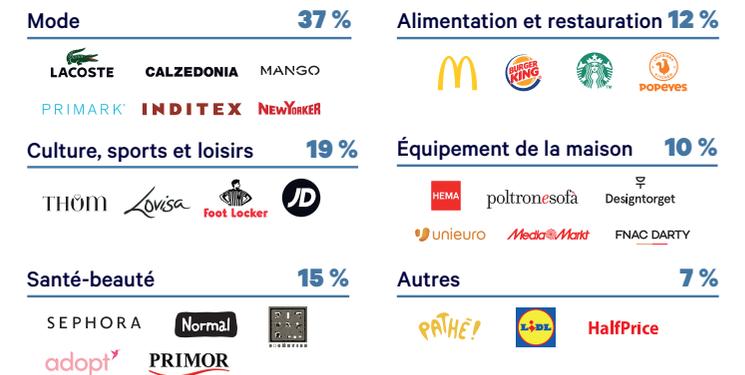
⁽¹⁾ Rapport entre le montant hors taxes des loyers et des charges payés par les locataires d'une part, et leur chiffre d'affaires hors taxes d'autre part.

⁽²⁾ Supplément de loyer minimum garanti (LMG) obtenu lors d'opérations de recommercialisation ou à l'occasion du renouvellement d'un bail.

UNE OFFRE COMMERCIALE DIVERSIFIÉE ET CONSTAMMENT RENOUVELÉE

Les clients des centres commerciaux de Klépierre disposent d'une déclinaison complète des meilleurs concepts de chaque segment. Les grandes enseignes continuent de se développer : leur demande de magasins plus sélectifs et iconiques ne cesse de se confirmer au profit des centres du Groupe. C'est un élément essentiel au déploiement de leur stratégie omnicanale.

Répartition du chiffre d'affaires par segment



ÉVOLUTION DE LA SUPERFICIE TOTALE DE CERTAINES ENSEIGNES AU SEIN DES CENTRES KLÉPIERRE DEPUIS 2019

(en % du total des m² loués)



2. Investir dans les meilleurs centres européens

Afin d'améliorer en permanence la qualité de son portefeuille et de gagner des parts de marché, Klépierre poursuit une stratégie rigoureuse de rotation du capital, associant levier modéré et investissements dans des acquisitions et des extensions ciblées à haut rendement. Cette approche prudente permet à Klépierre de disposer d'un bilan solide et de saisir les meilleures opportunités de croissance externe.

Grâce à un rythme de cessions soutenu (près de 2,0 milliards d'euros d'actifs cédés depuis 2020), le Groupe a considérablement réduit le nombre d'actifs en portefeuille. Il est désormais très concentré, avec 70 grands centres commerciaux représentant 93 % de sa valeur totale.

DEUX ACQUISITIONS STRUCTURANTES EN 2024

Klépierre a acquis deux centres commerciaux leaders en France et en Italie pour un montant total de 237 millions d'euros.



O'Parinor - FRANCE

Le 27 février 2024, Klépierre a pris une participation de 25 % dans ce centre commercial situé dans l'une des zones les plus densément peuplées du Nord-Est parisien. O'Parinor bénéficie d'une excellente desserte routière et propose une offre commerciale complète et diversifiée. Cet investissement, associé aux contrats de gestion immobilière et de gestion locative, devrait générer un rendement cash-on-cash à deux chiffres, dès la première année d'activité.

12° centre le plus fréquenté de France
11 M de visites par an
97 000 m² surface totale

SEPHORA adidas ZARA fnac H&M ACTION



RomaEst - ITALIE

Le 24 mai 2024, Klépierre a finalisé l'acquisition de RomaEst. Stratégiquement situé dans une zone de chalandise de 2,2 millions d'habitants et doté de 214 boutiques, ce centre commercial est l'une des destinations de commerce et de divertissement les plus prisées d'Italie. Grâce à des initiatives de gestion d'actifs clairement identifiées visant, à accroître les revenus locatifs nets, Klépierre anticipe un rendement cash-on-cash à deux chiffres dès la deuxième année d'activité.

6° centre le plus fréquenté d'Italie
10 M de visites par an
100 000 m² surface totale

PRIMARK H&M ZARA MediaWorld MANGO JD

TRANSFORMER LES CENTRES POUR CRÉER DE LA VALEUR À LONG TERME

L'extension, la rénovation et la restructuration d'actifs sont l'un des moteurs de création de valeur pour Klépierre. Le Groupe transforme et agrandit des centres existants afin d'accueillir de nouvelles marques et de compléter l'offre pour répondre aux attentes des visiteurs. Respectant un niveau de risque maîtrisé, le Groupe déploie progressivement ses projets de développement

sur des centres cristallisant une forte demande locative et réalise en moyenne un projet par année avec un rendement minimum de 8%. Tous les projets respectent les délais et les budgets fixés.

Au 31 décembre 2024, le pipeline de développement, qui réunit tous les projets d'extension, de rénovation et de restructuration, représente 724 millions d'euros d'investissements potentiels.

Les projets engagés restent limités d'un point de vue financier mais incluent des opérations transformantes pour créer de la valeur, renforcer la position dominante des centres au sein de leur zone de chalandise et garantir leur statut de lieu préféré des enseignes et des visiteurs.

RÉALISATION MAJEURE DE 2024 : L'EXTENSION DE MAREMAGNUM



BARCELONE - ESPAGNE

Début juillet 2024, le centre commercial Maremagnum a accueilli le premier Time Out Market d'Espagne. Ce concept de restauration unique s'étend sur plus de 5 000 m² et regroupe 15 comptoirs et 4 bars.

15 M€ investissement total
5 200 m² extension
13,5% rendement estimé

VICTORIAN SECRET JD KIKO lefties Bershka MANGO

PROJET EN COURS : L'EXTENSION D'ODYSSEUM



MONTPELLIER - FRANCE

Début 2024, Klépierre a lancé les travaux d'extension d'Odysseum, centre commercial leader de la ville de Montpellier qui accueille chaque année plus de 9 millions de visites. Ce projet, dont la livraison est prévue en 2025, comprendra la restructuration d'une unité pour accueillir un Primark mégastore ainsi que la construction d'une extension destinée à de nouveaux concepts de restauration. Récompensé par un « Mopic Award » du meilleur centre commercial, Odysseum s'inscrit dans un ambitieux programme de développement de la région sud-ouest de Montpellier.

56 M€ investissement total
18 500 m² extension
9,0% rendement estimé

LEONARDO DECATHLON Apple ZARA H&M SEPHORA MANGO

3. Bâtir la plateforme de commerce la plus durable

Convaincue que l'excellence opérationnelle et la performance à long terme passent par la prise en compte des enjeux environnementaux, sociétaux et sociaux, Klépierre a engagé depuis plus de vingt ans une politique volontariste en faveur du développement durable.

Cette approche s'est traduite par des résultats très concrets pour le Groupe, comme le démontre le succès de son plan Act for Good® lancé en 2018 qui a notamment permis la réduction de 86 % de l'intensité carbone des scopes 1 & 2 entre 2017 et 2024 et une baisse de la consommation d'énergie de 49 % par rapport à 2013.

Forte de ces progrès, Klépierre a amplifié sa stratégie RSE en 2023⁽¹⁾ – désormais dénommée Act4Good®

– avec pour ambition de bâtir la plateforme de commerce la plus durable d'ici à 2030. Le Groupe a conçu cette politique avec une méthodologie innovante de co-construction impliquant les collaborateurs et un comité scientifique indépendant.

Renforçant les objectifs qui sous-tendent ses trois engagements historiques : atteindre le net-zéro carbone d'ici 2030, agir en faveur de celles et ceux qui font Klépierre et intensifier l'engagement du Groupe dans les territoires, Klépierre a ajouté un quatrième pilier : la promotion de modes de vie durables, auprès des visiteurs, des enseignes et des partenaires.

Chaque engagement est assorti d'un objectif d'impact pour 2030 ainsi que d'une liste d'objectifs quantitatifs spécifiques.



LA SOBRIÉTÉ AU CŒUR DE NOTRE ACTION

-49 %

INTENSITÉ ÉNERGÉTIQUE DES CENTRES DEPUIS 2013

-86 %

INTENSITÉ CARBONE DES CENTRES (SCOPES 1 & 2) DEPUIS 2017

100 %

DES DÉCHETS PRODUITS VALORISÉS



DES PERFORMANCES SALUÉES PAR LES PRINCIPAUX ORGANISMES INTERNATIONAUX

En matière de développement durable, l'ambition et les performances du Groupe sont reconnues par de nombreux organismes indépendants



En 2024, le **GRESB** (Global Real Estate Sustainability Benchmark) a désigné le Groupe comme la première foncière commerciale cotée au monde. Il lui a également attribué la place de numéro un dans la catégorie des foncières cotées en Europe (tous actifs confondus). Le Groupe affiche un score de 95/100 (+ 2 points par rapport à 2023) et a conservé la note de 5 étoiles attribuée aux 20 % d'entreprises les plus performantes, toutes catégories confondues.



Les engagements du Groupe en faveur d'un avenir bas carbone ont été jugés compatibles avec la trajectoire 1,5 °C (Accords de Paris) avec le plus haut niveau d'ambition (« 1.5 °C ») par la **Science Based Targets Initiative**.



Klépierre figure dans la liste A du **CDP**, qui ne rassemble qu'une poignée d'entreprises reconnues comme les plus engagées et performantes sur le climat (parmi les 24 800 évaluées).



Klépierre a reçu la note AA dans le secteur de la gestion et des services immobiliers du **MSCI**, et a été identifiée comme un leader du secteur.



Pour la 13^e année consécutive, Klépierre a reçu le Gold Award de la part de l'**EPRA**, soulignant ses engagements en matière de gouvernance et de transparence.



Klépierre est intégrée dans les deux indices ESG d'**Euronext** : le CAC 40 ESG (Top 40 des leaders ESG) et le CAC SBT 1.5.



4. Maintenir une discipline financière rigoureuse

Klépierre adopte une approche équilibrée visant à financer ses dividendes et ses investissements par son cash-flow opérationnel. Cette discipline lui permet d'afficher des ratios d'endettement parmi les plus solides du secteur.

Grâce à une hausse régulière de ses bénéfices combinée à un effet de levier modéré, le Groupe génère, année après année, une croissance continue du dividende et offre à ses actionnaires l'un des rendements les plus élevés de l'industrie.

NOS PRINCIPAUX INDICATEURS FINANCIERS

1066 M€

LOYERS NETS (VERSUS 1005 M€ EN 2023)

985 M€

EXCÉDENT BRUT D'EXPLOITATION (EBE)

747 M€

CASH-FLOW NET COURANT

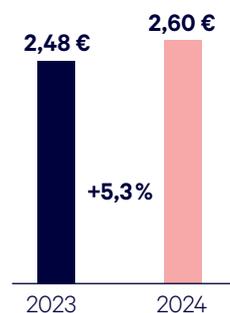
86,1%

MARGE D'EBE ⁽¹⁾

HAUSSE DE 9 % DE L'ACTIF NET RÉÉVALUÉ ET CROISSANCE DES BÉNÉFICES

En 2024, l'EBE du Groupe a crû de 6,9 % tandis que le cash-flow net courant a augmenté de 5,3 % pour atteindre 2,60 euros par action (part du Groupe). Dans le même temps, la valeur du portefeuille a augmenté de 4,1 % à périmètre constant et l'actif net réévalué de 8,9 %.

Évolution du cash-flow net courant par action



32,80 €

Actif net réévalué par action (NTA ⁽²⁾, + 8,9 % sur un an)

⁽¹⁾ Excédent brut d'exploitation / (loyers nets + revenus de gestion, d'administration, revenus connexes et autres produits), voir chapitre 2 du présent Document d'enregistrement universel pour de plus amples informations.

⁽²⁾ Net Tangible Asset.

Le Groupe continue d'afficher des ratios d'endettement parmi les plus solides du secteur, avec un ratio dette nette/EBE bas (7,1x), une maturité moyenne de la dette de 6 ans et un coût moyen de la dette à 1,7 %.

PRINCIPAUX RATIOS D'ENDETTEMENT

1,7%

COÛT MOYEN DE LA DETTE

7,4x

RATIO DE COUVERTURE DES FRAIS FINANCIERS

7,1x

DETTE NETTE / EBE

36,5%

RATIO D'ENDETTEMENT (LTV ⁽¹⁾)

5,9 ans

MATURITÉ MOYENNE DE LA DETTE

⁽¹⁾ Loan-to-Value (selon la définition des covenants, en part totale) : ratio entre l'endettement net et la valeur du patrimoine (droits inclus). Pour de plus amples informations, se référer au chapitre 2 du présent Document d'enregistrement universel.

Notations de crédit

S&P Global

A- (perspective stable)

FitchRatings

A- (perspective stable)

UNE DISTRIBUTION EN CROISSANCE

1,85 € ⁽¹⁾

DIVIDENDE PAR ACTION PROPOSÉ AU TITRE DE L'EXERCICE 2024

6,4%

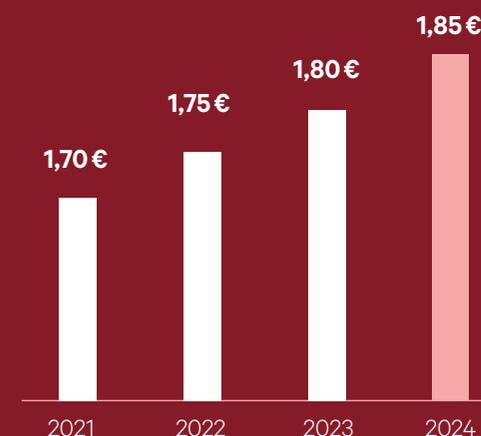
RENDEMENT MOYEN DU DIVIDENDE EN 2024

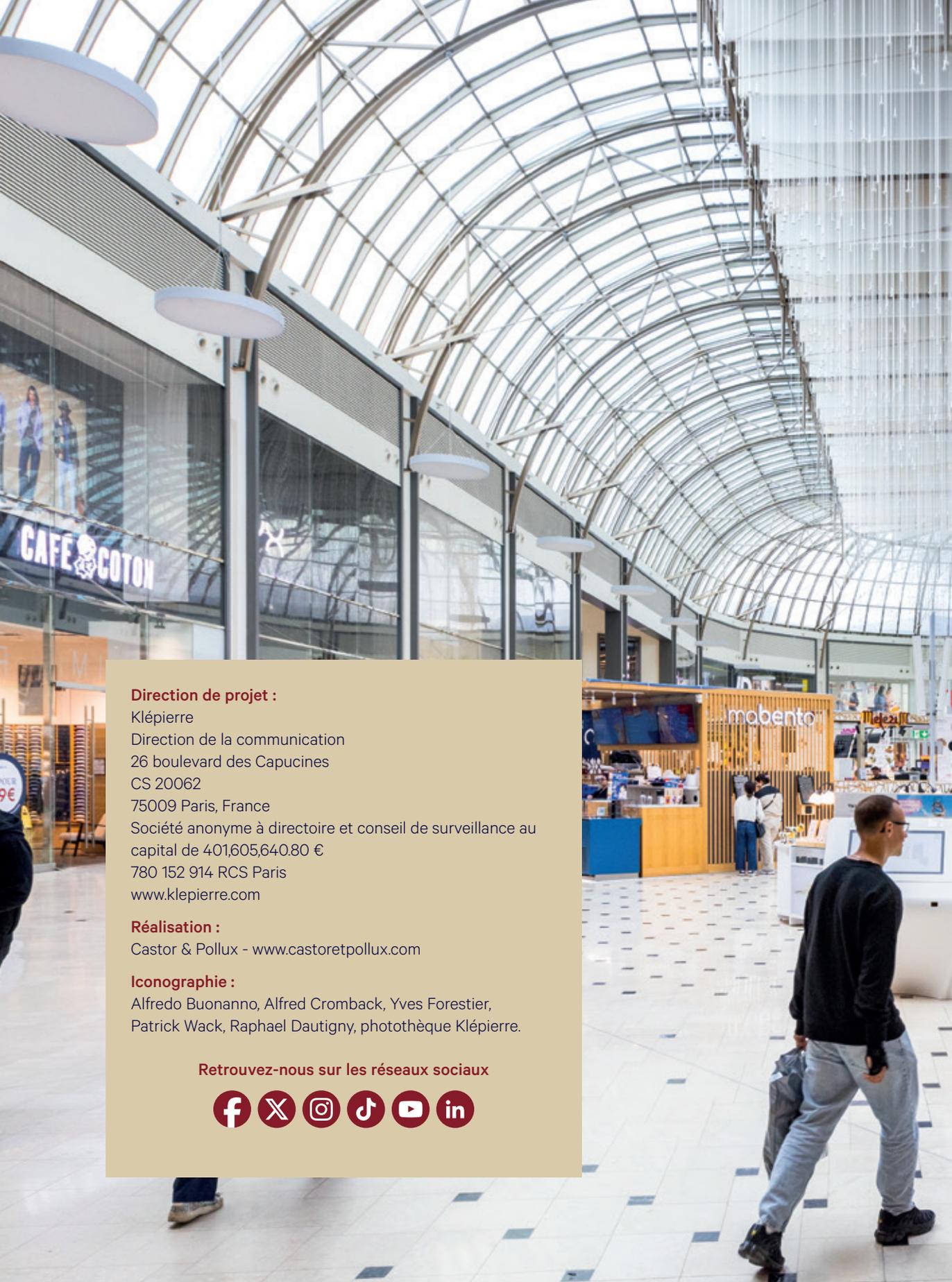
+3,0%

ÉVOLUTION DU DIVIDENDE PAR ACTION

⁽¹⁾ Sous réserve de l'approbation par l'Assemblée Générale en date du 24 avril 2025.

Dividende par action





Direction de projet :

Klépierre
Direction de la communication
26 boulevard des Capucines
CS 20062
75009 Paris, France
Société anonyme à directoire et conseil de surveillance au
capital de 401,605,640.80 €
780 152 914 RCS Paris
www.klepierre.com

Réalisation :

Castor & Pollux - www.castoretpollux.com

Iconographie :

Alfredo Buonanno, Alfred Cromback, Yves Forestier,
Patrick Wack, Raphael Dautigny, photothèque Klépierre.

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux

