

# Nouveaux



# modèles de vie

2023

Act4Good® :  
bâtir la plateforme  
de commerce  
la plus durable  
d'ici à 2030



KLEPIERRE

SHOP. MEET. CONNECT.®

P. 02 Shop : offrir  
le meilleur  
du commerce

P. 04 Meet : partager  
des expériences

P. 05 Connect :  
agir pour les  
communautés  
locales

# Une année de performances remarquables

## Une politique RSE ambitieuse

**82%** de diminution des émissions de gaz à effets de serre

**100%** du portefeuille entièrement certifié

**42%** de réduction de l'intensité énergétique de nos centres depuis 2013

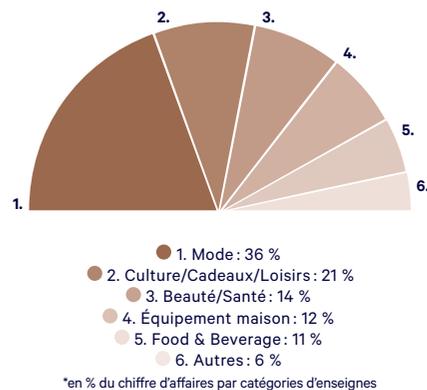
## Une présence digitale accrue

**115** comptes Instagram

**500K** abonnés au programme de fidélité des centres commerciaux

**5,6M** abonnés à nos réseaux sociaux

## Notre mix d'enseignes\*



Retrouvez nos résultats sur notre site

## Des fondamentaux solides

**19,8** MDSE  
valeur du portefeuille

**1,2** MD€  
revenus

**10 400**  
baux

**3 600**  
enseignes

**4** M  
m<sup>2</sup> de surface commerciale

## Un ancrage fort

**70** centres commerciaux leaders en Europe

**10** pays d'implantation en Europe



Nový Smíchov, République tchèque

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux



Découvrez notre nouvelle démarche RSE

# Des centres commerciaux qui se transforment pour accueillir des modes de vie durables

**A**

vec notre portefeuille de 70 centres de premier plan, attirant chaque année près d'1 milliard de visites au cœur des grandes métropoles, nous sommes le leader européen des centres commerciaux. C'est pour cela que nous nous devons de nous réinventer sans cesse pour répondre aux enjeux climatiques, aux mutations sociétales, aux nouvelles attentes des consommateurs et à l'évolution des modes de vie.

Dans un contexte marqué par de multiples crises économiques et géopolitiques, notre résilience et notre discipline financière nous ont permis de poursuivre la transformation de nos actifs et la livraison de très belles extensions et rénovations en Italie, en France, aux Pays-Bas... La crise sanitaire et ses effets sont désormais derrière nous.

En attestent également les chiffres d'affaires de nos commerçants et la fréquentation de nos centres commerciaux qui ont bondi de 25 % en 2022, un contrôle remarquable de la dette et le paiement du dividende à nos actionnaires, salués au sein de notre secteur.

Cette dynamique positive, nous l'observons dans toutes les régions d'Europe où nous opérons et dans les différents segments du commerce. Nos résultats financiers confirment la solidité et la pertinence de notre modèle économique.

Jean-Marc Jestin, président du Directoire de Klépierre



*Leaders*, nous le sommes aussi en matière de RSE. Une nouvelle ère commence chez Klépierre autour d'un projet qui embarque nos collaborateurs, nos partenaires et nos clients : ensemble, d'ici à 2030, nous allons bâtir la plateforme de commerce la plus durable. Portés par cette ambition, nous allons atteindre le net zéro carbone pour l'ensemble du portefeuille, poursuivre notre action au service des communautés, proposer des services responsables et durables et contribuer au développement de 50 000 talents en Europe. Toujours à l'avant-garde, nous ajoutons en plus dans nos engagements la promotion de modes de vie plus durables auprès de nos visiteurs, avec nos enseignes et nos partenaires.

Retour sur une année de transformation vers des centres durables et créateurs de valeur locale. Bienvenue chez Klépierre.

**“Nous concevons des centres commerciaux créateurs de valeur locale et durable.”**

Pour en savoir plus sur notre vision



# Bâtir la plateforme de commerce la plus durable d'ici à 2030

Il y a cinq ans, nous fixions pour notre groupe des objectifs ambitieux en matière de responsabilité sociale et environnementale. Aujourd'hui, nous sommes fiers d'être **leaders** de notre secteur dans ce domaine. Cette position nous pousse à relever nos exigences. Avec notre nouveau plan Act4Good®, nous sommes déterminés à aller encore plus loin en matière de performance environnementale de nos actifs, à renforcer notre impact positif auprès de nos communautés et dans les territoires, à développer les talents de nos collaborateurs et de nos visiteurs et enfin à promouvoir des modes de vie responsables.



## Agir au service des communautés

Construire un commerce qui dure c'est concevoir des lieux qui rendent service aux communautés.

C'est animer des centres commerciaux qui apportent une contribution à fort impact aux visiteurs, aux riverains et aux acteurs locaux.

C'est proposer des espaces solidaires, d'aide et d'accueil pour toutes et tous.

Un projet à impact pour les communautés locales dans chaque centre.

50 millions de visiteurs orientés vers des modes de vie durables.



## Atteindre le net zéro carbone

Un commerce durable est un commerce bas carbone. Face à l'urgence climatique, nous relevons encore nos ambitions environnementales en termes d'efficacité énergétique pour nos parties communes et pour nos locataires, de production d'énergie renouvelable, de mobilité douce, d'économie circulaire, de biodiversité, de certification.

Produire de l'énergie renouvelable pour atteindre 30% d'autoconsommation.

act4good  
with Klépierre



## Développer les talents

Bâtir la plateforme de commerce la plus durable passe par le développement de nos collaborateurs en matière de RSE et par le renforcement des compétences et de l'employabilité de nos parties prenantes. Cela passe aussi par des programmes de sensibilisation et de mécénat.

50 000 talents développés en Europe.



## Promouvoir des modes de vie durables

Le tournant majeur de ce nouveau plan Act4Good® réside dans l'ajout d'une nouvelle ambition : celle de promouvoir des modes de vie plus durables. Nous allons valoriser les alternatives de consommation responsable et les bonnes pratiques, les innovations et les nouveaux concepts proposés par nos enseignes.



Pour en savoir plus sur nos engagements Act4Good®

## Nos distinctions :



N°1 mondial avec le score global de 98/100 Niveau Five Stars en 2022.



Stratégie climatique approuvée  
Nos engagements ont été reconnus compatibles avec l'accord de Paris (trajectoire 1,5°C).



A-list  
Klépierre figure sur la Liste A du CDP, qui reconnaît ainsi son leadership en matière de performance et de transparence environnementale.



Notation AAA pour notre performance et notre résilience à long terme face aux risques ESG.



# Shop: offrir le meilleur du commerce

**F**orts de notre excellence opérationnelle et de notre relation privilégiée avec les plus grandes enseignes, nous renouvelons constamment l'offre commerciale de nos centres pour répondre aux attentes des consommateurs et à l'évolution des modes de vie. Du *pop-up store* à la surface XXL, nous accompagnons les marques dans leur développement et leur proposons le format et l'environnement les plus adaptés à leur positionnement.



## Santé et beauté à l'honneur

Avec le développement de la beauté holistique, l'engouement de nos visiteurs pour le *self-care* se poursuit. Pour preuve, la part croissante de ce segment dans le *mix* de nos centres, et les nombreuses ouvertures de pharmacies et parapharmacies, de boutiques d'audition ou d'optique, et d'enseignes telles que Rituals, Kiko, Mac, etc.

+25%

de chiffre d'affaires des  
commerçants en 2022

# 1360

baux signés  
en 2022

## Nos partenaires enseignes au Retailer Day

La 7<sup>e</sup> édition du Retailer Day a été l'occasion pour 220 représentants d'enseignes européennes de rencontrer nos équipes et de prendre connaissance des projets de rénovation et d'extension du groupe. La signature de cette année : *Let's Network !*



## L'économie circulaire

En complément d'événements dédiés à la seconde main dans nos centres auxquels participent nos enseignes, nous accueillons aussi des marques qui, à l'instar d'Héritage 1916, pratiquent l'*upcycling*, produisant des pièces uniques à partir de vêtements d'occasion.



## L'appli de fidélité "Mon centre & Moi"

Depuis 2021, 37 de nos centres proposent une application dédiée au client et à son confort. Les 500 000 abonnés du programme bénéficient de nombreux avantages, promotions, de la possibilité de remporter des lots, de participer à des jeux et d'une large gamme de services qui facilitent leurs parcours et interactions, avant, pendant et après leur visite.



## Focus sur de nouveaux segments

Poursuite du succès pour les segments du sport et des *sneakers* en particulier, comme en témoignent les signatures et ouvertures de boutiques Nike, JD Sports, Deichmann ou Snipes dans le portefeuille du Groupe. Même succès dans le segment dynamique des produits abordables, notamment avec Action, Lidl, HalfPrice et Normal, qui poursuivent leur déploiement dans nos centres.



## La mode en force

Avec les récentes ouvertures de Primark dans plusieurs de nos centres : Gran Reno (Bologne), Le Gru (Turin), Centre Deux (Saint-Étienne), Créteil Soleil, Nantes Beaulieu, Campania (Naples), et bientôt Grand Place (Grenoble), la marque irlandaise tant plébiscitée par les visiteurs a trouvé des écrans de choix. Tout comme les marques omnicanales Calzedonia, Zara et les marques satellites du Groupe Inditex, H&M ou Mango, avec lesquelles le Groupe a signé de nombreux baux partout en Europe.



## L'épicerie solidaire : consommer plus responsable

Près de 10 millions de tonnes de nourritures jetées chaque année rien qu'en France ! Klépierre accueille de plus en plus d'enseignes dont le modèle permet une consommation plus responsable, comme l'épicerie NOUS anti-gaspi qui ouvre à Créteil Soleil sa 2<sup>e</sup> boutique dans notre portefeuille.

**"Chaque ouverture  
traduit la capacité  
de nos centres  
commerciaux à offrir  
le meilleur du  
commerce, aux  
meilleurs  
emplacements."**

# Meet:

## partager des expériences

Nos centres sont de véritables lieux de vie, de rencontre et de découverte où le parcours client, le design et les événements participent à l'expérience. Le lien social entre nos centres et nos visiteurs se tisse, grâce à l'attention que nous portons à l'animation, au confort et à l'ensemble des services que nous proposons pour les satisfaire.

### L'événementiel engagé

Maillons indispensables de la promesse événementielle de nos centres, c'est l'émotion et l'expérience qui cimentent la relation avec nos visiteurs. Concerts, cours de cuisine, challenges sportifs, événements animaliers, partenariats avec des licences internationales comme *Naruto*, en passant par l'accueil d'associations locales des festivals de seconde main : tous les formats et toutes les découvertes sont possibles.



### Des espaces inclusifs pour les parents

Pour plus d'inclusivité et de partage, les espaces de change pour bébés deviennent ouverts aux papas ! Ces nouveaux *Baby Lounges* sont accessibles à tous dans nos projets de rénovation récents : Grand Place, Gran Reno, Prado, Plenilunio, Assago...



+26  
points de Net  
Promotor Score (NPS)  
entre 2017 et 2022.  
Nos visiteurs recom-  
mandent nos centres  
à leur entourage !



100 000

posts générés sur  
les réseaux sociaux par nos  
visiteurs grâce à nos dispositifs  
*Shareable Malls*



### Des innovations à découvrir

Un bon exemple avec la marque *Stooly* et son mobilier éco-pratique en papier kraft renforcé qui réunit écologie et design, ici dans une boutique de Val d'Europe (près de Paris).



### Anniversaires !

Un cap franchi pour nos centres Emporia en Suède et Romagna en Italie, qui ont célébré cette année leurs 10<sup>e</sup> et 30<sup>e</sup> anniversaires respectifs, illustrant la pérennité de nos centres commerciaux et l'attachement de nos clients.

100%

de nos parkings sont  
équipés de bornes  
de recharge électrique

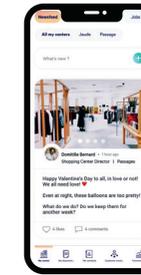
### Mobilité douce

Être acteur du territoire, c'est aussi en faciliter l'accès en proposant des alternatives de mobilité, avec une empreinte carbone réduite : transports publics, accessibilité aux deux roues et bornes de recharge électrique, dont tous les parkings de nos centres sont désormais équipés.



### Connectés sur les réseaux !

Déjà une trentaine de nos centres ont débarqué sur la plateforme préférée des jeunes, TikTok, et totalisent 175 000 *followers* à travers l'Europe. Au menu : vidéos de concours, *hauls*, bons plans, *food* dégustation, *lip sync*, *challenges*, etc.



### L'application KLUB ! pour mieux servir nos enseignes

Créée en 2022, l'application KLUB ! développe la communication entre nos équipes et les commerçants. Ce tout nouveau dispositif interne renforce notre approche *client-centric*. Elle se déploie actuellement dans 35 de nos centres, avec un objectif de 70 centres d'ici à fin 2023.



# Connect:

## agir pour les communautés locales

Connectés aux territoires grâce aux transports publics, nos centres sont pleinement ancrés dans les écosystèmes économiques et associatifs qui les entourent. Ils le sont aussi aux nouveaux usages et aux enseignes en proposant une offre phygitale qui facilite le parcours client. Connectés aux communautés, nos centres s'expriment sur les réseaux sociaux pour faire vivre l'expérience au-delà des murs.

**A**u cœur des métropoles les plus dynamiques et les plus peuplées, nous optimisons le développement de nos centres *leaders* pour en faire des lieux d'hospitalité, alliant design, accessibilité et transformation responsable. De Gran Reno (Bologne) à Grand Place (Grenoble), nous avons inauguré de nouvelles extensions de nos centres emblématiques, afin qu'ils deviennent des modèles de citoyenneté et de sécurité adaptés aux spécificités locales.

# Transformer durablement nos actifs



**2,2** MDSE\*  
d'investissement pour transformer nos centres

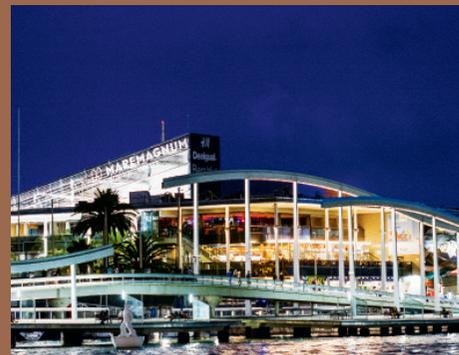
**+47%**

de visiteurs depuis la livraison de l'extension de Gran Reno

## Gran Reno, un modèle de rénovation responsable

Depuis l'été 2022, ce centre *leader* dans sa région propose, sous une impressionnante verrière, une offre commerciale élargie avec 150 boutiques sur 53 000 m<sup>2</sup>. Connecté aux transports publics, il offre aux enseignes un nouvel écrin pour l'installation de leur *flagship*, une promenade couverte, une *food court*, ainsi qu'un *rooftop* exceptionnel : la *Terrazza Bologna*. Ce projet de rénovation, qui a duré deux ans, est une réussite architecturale et environnementale. Les nouveaux espaces commerciaux arborent des vitrines toute hauteur qui laissent aux marques un large champ d'expression. Comme tous nos récents projets de développement, le centre Gran Reno est certifié BREEAM, avec le niveau « Excellent », et sa rénovation inclut 230 kWc d'installation photovoltaïque sur les toits.

\*montant total des projets engagés et contrôlés.



## Maremagnum, grande ouverture à l'horizon

Notre centre emblématique de Barcelone accueillera, début 2024, le deuxième *Time Out Market* d'Europe sur les 5 200 m<sup>2</sup> de son toit. Avec une vue monumentale, ce concept de marché alimentaire et culturel deviendra le lieu incontournable de la scène culinaire barcelonaise. Les travaux de transformation du centre comprennent l'amélioration de l'accès au dernier étage et la restructuration du toit et de la façade principale. L'offre commerciale, elle aussi, va s'enrichir. Ouverture prévue pour la Coupe de l'America !



## Grand Place : transformer la ville

Partie intégrante d'un projet urbain à grande échelle et entièrement rénové, le centre grenoblois fait l'objet de 16 000 m<sup>2</sup> d'extension, dont 30 magasins supplémentaires et 14 restaurants. Cette extension abritera de nouvelles marques comme Primark, qui ouvrira son premier magasin dans la région. L'extension comprendra une offre de restauration vaste et diversifiée, à découvrir à la fin de l'année 2023.



## Alexandrium, Pays-Bas

Les plafonds du centre ont été entièrement rénovés, donnant à Alexandrium une touche contemporaine et design. Livraison complète prévue à la fin de l'année 2023 avec une offre commerciale de 125 boutiques et 15 enseignes de restauration.



## Centre Deux, France

Notre centre stéphanois a fait peau neuve avec sa façade entièrement rénovée, ses intérieurs re-désignés, et une nouvelle offre commerciale, comprenant désormais un Primark de 3 500 m<sup>2</sup>, inauguré au mois de mars.



## Le Gru, Italie

Le centre turinois bénéficie d'un parcours client entièrement repensé, avec la rénovation de l'aile nord, désormais couverte d'une immense verrière qui chapeaute l'accès au magasin Primark récemment ouvert.



## Blagnac, France

Notre centre toulousain dévoilera en 2024 un *food market* inédit appelé *La Cosina*, qui s'étendra sur plus de 2 300 m<sup>2</sup>.

**N**ous proposons continuellement à nos équipes et à nos partenaires de nouvelles façons d'évoluer, de se former et de bâtir ensemble. La culture Klépierre définit des valeurs, des comportements et des attentes qui guident nos actions et celles de nos équipes. C'est en dialoguant que nous avons déterminé nos valeurs et ce qui constitue la marque employeur de Klépierre.



# 1000 talents

## au service du commerce de demain



### Un engagement en forte progression

En 2022, l'étude d'engagement "You & Klépierre" a montré une adhésion des collaborateurs au projet du Groupe, avec un taux de participation de 90% et un taux d'engagement de 73%, soit une hausse de 34 points depuis 2016. Portant sur 12 thématiques dont la santé et le bien-être, la RSE, le développement de carrière, le *leadership*, l'équilibre vie pro-vie perso... l'enquête, proposée en 7 langues, a permis de faire émerger les points forts du Groupe, ainsi que des axes d'amélioration qui font l'objet d'un plan d'action étayé d'indicateurs clés de performance.



### La diversité et l'inclusion au cœur de nos pratiques

Notre programme Diversité & Inclusion est fondé sur 3 thèmes : la parité, la parentalité et la culture inclusive. Pour la 2<sup>e</sup> édition de la semaine de la diversité et de l'inclusion, deux thématiques étaient à l'honneur : les biais inconscients et le management interculturel. Durant une semaine, 50 ambassadeurs répartis dans les pays d'implantation du Groupe ont mis en place des formations et des campagnes d'information.

2,4

jours de formation en moyenne par personne et par an

88/100

selon l'Index de l'égalité professionnelle en 2022

### Faire de l'éthique une priorité

Nous avons à cœur de maintenir une approche éthique dont nous pouvons être fiers. En ce sens, nous ajustons et affinons constamment notre stratégie et nos comportements : du choix des pays dans lesquels nous développons nos centres, à la sélection de nos partenaires, pour veiller au respect de nos valeurs.



4

### Les valeurs Klépierre :

Ce travail de définition des valeurs, auquel ont participé plus de 920 collaborateurs, a été nourri par les expériences de chacun.

#### Commit

Notre engagement quotidien se manifeste par la fierté de créer ensemble de nouveaux lieux de vie, de définir une culture commune d'engagements et de services pour nos visiteurs, et d'accueillir de nouvelles enseignes et de les voir grandir.

#### Develop

Nous croyons en l'apprentissage et au développement tout au long de la carrière, et nous sommes fiers de nous présenter comme une entreprise apprenante pour l'ensemble de nos collaborateurs, afin que chacun puisse accroître ses compétences.

#### Explore

Notre activité nous pousse à explorer les tendances *retail* et les évolutions de la société pour intégrer les nouvelles tendances et inviter à vivre des expériences dans nos centres commerciaux.

#### Care

Nous prenons soin de nos clients, de nos partenaires, de nos employés et de la planète. Au quotidien, notre engagement se manifeste dans nos décisions et notre prise en compte de la santé et du bien-être de nos visiteurs et de nos équipes.

### "AllConnected" en faveur de la mixité

Lancé en 2022, le réseau "AllConnected" donne un nouvel élan à nos initiatives de parité et d'inclusivité. Ce réseau accompagne notamment le parcours de développement et la carrière de nos collaborateurs via des programmes de sensibilisation et de mentorat.

+38%

de femmes parmi les 100 premiers postes à responsabilité, soit une augmentation de 16 points par rapport à 2016

100%

des nouveaux collaborateurs passeront une semaine en immersion en centre commercial en 2023



### Développer le potentiel de chacun

Nous encourageons 100% de nos collaborateurs à acquérir de nouvelles compétences avec une offre de plus de 150 formations au catalogue. Ils ont accès à de nombreuses conférences et ateliers au sein de Klépierre University, où nos 50 formateurs internes partagent leur expertise.

**"L'entreprise doit son succès à la passion et à l'implication de ses équipes. Nous valorisons l'esprit d'initiative de nos collaborateurs et les encourageons à innover pour faire évoluer nos modes de travail."**



Pour découvrir nos offres d'emploi sur notre site internet



#### Direction de projet

Direction de la  
communication Klépierre  
26, boulevard des Capucines  
CS 20062  
75009 Paris — France  
Société anonyme à directoire  
et conseil de surveillance  
au capital de 440098488,20€  
780152914 RCS Paris  
[www.klepierre.com](http://www.klepierre.com)

#### Conception & réalisation

Little Stories  
[www.littlestories.fr](http://www.littlestories.fr)

#### Iconographie

Photothèque Klépierre  
Alfred Cromback  
Alfredo Buonanno

“Klépierre est le  
leader européen  
des centres  
commerciaux avec  
un portefeuille  
de 70 centres  
de premier plan.”



KLEPIERRE

SHOP. MEET. CONNECT.®