

Présentation du Groupe 2022





PRÉSENTATION DU GROUPE

MESSAGE DU PRÉSIDENT	4	PILERS OPÉRATIONNELS	16
HISTOIRE DU GROUPE	6	STRATÉGIE RSE	18
LE CENTRE COMMERCIAL, UN ESPACE ADAPTÉ À L'ÉVOLUTION DU COMMERCE	8	DISCIPLINE FINANCIÈRE	20
VISION	10	UN MODÈLE D'AFFAIRES CRÉATEUR DE VALEUR	22
STRATÉGIE	11	PERFORMANCE FINANCIÈRE	24
UN PORTEFEUILLE DE CENTRES COMMERCIAUX DE PREMIER PLAN	12	PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE	25



“ Des lieux qui évoluent, se transforment, s’enrichissent : nos centres commerciaux sont créateurs de valeur locale et durable. ”

Jean-Marc Jestin
PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE

Après deux années de crise sanitaire, Klépierre a démontré la résilience et la pérennité de son modèle économique dans un environnement marqué par de nombreuses incertitudes géopolitiques.

Dans ce contexte, la stratégie du Groupe et ses fondamentaux opérationnels lui ont permis d’afficher de très bons résultats. En effet, au cours de l’année 2022, Klépierre a généré 2,62 € de cash-flow net courant par action, soit une hausse de 20,1 % par rapport à 2021. Notre activité a continué à se développer tandis que les chiffres d’affaires de nos commerçants et la fréquentation de nos centres commerciaux ont bondi de 25 % cette année. Nous avons observé une forte dynamique dans toutes les zones géographiques et sur tous les segments d’activité.

Le Groupe a par ailleurs poursuivi la rationalisation de son portefeuille en cédant près de 1,5 milliard d’euros d’actifs au cours des deux derniers exercices, dont 602 millions d’euros en 2022. Les transactions ont été réalisées aux valeurs d’expertise.

L’excellence opérationnelle de Klépierre, associée à l’allocation prudente de son capital, ont permis de réduire la dette nette de 1,6 milliard d’euros au cours des deux dernières années. Nos ratios financiers sont donc meilleurs que ceux d’avant Covid et figurent parmi les plus solides du secteur.

Lieu de vie et de rencontres, le centre commercial a encore démontré toute sa pertinence en tant que *hub* réunissant de nouvelles façons de consommer et de

partager. Plus encore, il est au cœur des usages omnicanaux et favorise les synergies entre commerce physique et en ligne. Dans ce cadre, notre stratégie de recentrage sur nos actifs implantés, la plupart du temps, dans les grandes métropoles avec de très larges zones de chalandise disposant d’une forte croissance démographique et affichant un pouvoir d’achat supérieur aux moyennes nationales, répond pleinement aux besoins de développement et de positionnement des enseignes. Klépierre demeure ainsi le leader européen des centres commerciaux avec un portefeuille de 70 centres de premier plan, qui attire 750 millions de visiteurs par an.

En proposant une offre complète, nous donnons l’opportunité aux clients de satisfaire l’ensemble de leurs besoins tout en vivant une expérience pleine d’émotions et de sens. Cette démarche opérationnelle est au cœur de notre savoir-faire en matière de développement, de gestion locative et de gestion d’actifs. Enfin, notre vision innovante du centre commercial et notre stratégie RSE ambitieuse assurent une contribution positive de Klépierre tant sur les plans environnemental que territorial et humain.

Notre engagement en faveur du développement durable nous permet aujourd’hui d’être reconnu comme leader mondial du secteur. Ce constat nous honore autant qu’il nous oblige. En plus de symboliser l’adhésion de nos équipes à nos engagements, il témoigne de la nécessité du changement. Aujourd’hui, Klépierre prend la mesure de cette responsabilité et s’engage à bâtir la plateforme de commerce la plus durable à horizon 2030.

Klépierre en quelques dates clés

1990
Naissance
de Klépierre.

1998
Fusion avec la Compagnie
Foncière. Triplement de
la valeur du patrimoine.

2000
Accord d'envergure
européenne 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 % dans 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).
La valeur du patrimoine
du nouveau Groupe passe
de 14 Md€ à plus de 21 Md€.

2018
Lancement de
la stratégie RSE
Act for Good®
avec 32 objectifs
concrets.

2019
Ouverture
de l'extension
de Créteil Soleil,
dans l'Est parisien,
deux ans après
celle de Val d'Europe.

2021
Cession d'actifs
en Norvège,
France et
Allemagne.

2022
Bilan de la stratégie
Act for Good®
avec **99,8 % des**
objectifs atteints.

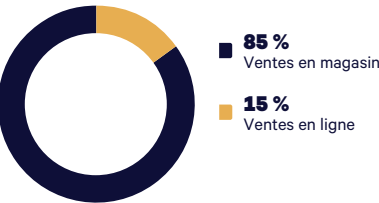
2023
Lancement d'une
nouvelle stratégie RSE
Act4Good™
avec une promesse :
bâtir la plateforme
de commerce
la plus durable
à horizon 2030.
Ouverture
de l'extension
de Gran Reno
à Bologne (Italie).

Le commerce physique, pierre angulaire d'un secteur en pleine mutation

Le secteur du commerce est largement dominé par le commerce physique, qui représente 85 % des ventes au détail en Europe continentale, contre 15 % pour les ventes en ligne (infographie #1).

SEGMENTATION DU SECTEUR DU COMMERCE EN 2022

Infographie #1



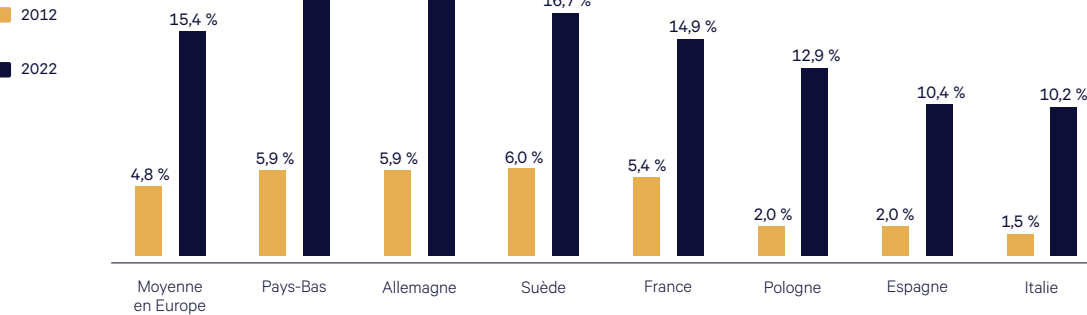
Source : Centre for Retail Research.



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 semblent voir leur rythme de croissance ralentir (hausse de 10 % en 2022 dans l'Union Européenne selon Eurostat, contre 16 % en 2021) (infographie #2).

TAUX DE PÉNÉTRATION DU COMMERCE EN LIGNE PAR PAYS 2012-2022

(% du total des ventes au détail)
Infographie #2



Source : Centre for Retail Research.

Le consommateur suit aujourd'hui des parcours d'achat de plus en plus hybrides, où se mêlent canaux numériques et physiques et dans lesquels le magasin physique continue à avoir 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.

Klépierre est spécialisée sur le segment des centres commerciaux qui demeurent largement plébiscités par les principales enseignes internationales pour le déploiement de leurs magasins. En effet, ils exercent un fort pouvoir d'attraction sur les consommateurs et bénéficient d'une grande modularité propice au développement des stratégies omnicanales (infographie #3).

AVANTAGES COMPÉTITIFS DES CENTRES COMMERCIAUX KLÉPIERRE

Infographie #3

- 1 Un **engagement** ambitieux pour le développement durable
- 2 **Accessibilité** et expérience client
- 3 **Approvisionnement** et logistique facilités
- 4 **Concentration** élevée d'enseignes/visiteurs
- 5 **Format** des magasins modulable à la demande
- 6 **Offre** commerciale complète et optimisée



Dans la catégorie des centres commerciaux, Klépierre est aujourd'hui l'un des rares acteurs à disposer d'une taille critique en Europe continentale.

KLÉPIERRE, LEADER DU SECTEUR DE L'IMMOBILIER COMMERCIAL

1,2MD€
DE REVENUS
19,8MD€
VALEUR
DE PORTEFEUILLE
10 400
BAUX

1 072
SALARIÉS
12 PAYS
EN EUROPE
CONTINENTALE
3 600
ENSEIGNES

70 +
CENTRES COMMERCIAUX
LEADERS EN EUROPE
CONTINENTALE
4,0 M
DE M² DE SURFACE
COMMERCIALE UTILE
LOCATIVE

Shop. Meet. Connect.®, notre vision du centre commercial

Dans un univers en pleine transformation, Shop. Meet. Connect.® – notre signature – résume notre identité et est le fondement de 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 œuvre 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.

➤ Pour faire de sa vision une réalité, Klépierre s'appuie sur une stratégie centrée sur les clients et sur une démarche RSE ambitieuse.

Une stratégie globale et responsable

Depuis 2013, Klépierre a recentré ses activités sur des actifs de premier plan situés, la plupart du temps, dans les plus grandes villes d'Europe avec de très grandes zones de chalandise, une forte croissance démographique et un revenu par habitant supérieur à la moyenne européenne (1.). Dans le même temps, Klépierre a utilisé son expertise opérationnelle pour anticiper les tendances du commerce, adapter l'offre et renouveler constamment l'expérience client au sein de ses centres commerciaux (2.). Cette approche est complétée par une démarche RSE ambitieuse (3.) et une discipline financière stricte (4.) qui permettent au Groupe de faire face à la transformation du commerce de détail.

1.

UN PORTEFEUILLE UNIQUE DE CENTRES COMMERCIAUX

Des centres commerciaux dominants implantés, la plupart du temps, dans les plus grandes villes d'Europe avec des zones de chalandise de plus d'un million d'habitants et un revenu par habitant supérieur de 20 % à la moyenne nationale.

2.

DES PILIERS OPÉRATIONNELS SOLIDES

Renouveler l'offre commerciale et accompagner le développement des enseignes tout en offrant la meilleure expérience client à nos visiteurs.

- Retail First®, priorité à l'offre diversifiée et renouvelée
- Let's Play®, la part émotionnelle du shopping
- Clubstore®, l'hospitalité selon Klépierre



3.

ACT4GOOD™

Leader du secteur en matière de développement durable, Klépierre est sensible aux défis environnementaux, sociétaux et sociaux et a lancé une nouvelle démarche RSE en 2023 : Act4Good™, qui vise à bâtir la plateforme de commerce la plus durable d'ici à 2030 (voir chapitre 3 « Développement durable »).

4.

UNE DISCIPLINE FINANCIÈRE RIGOUREUSE

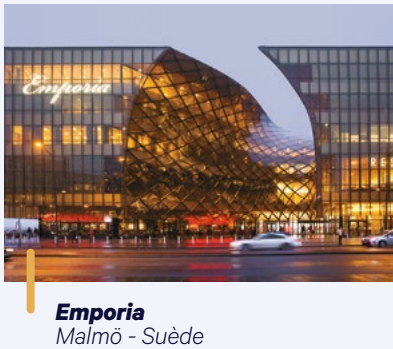
Des ratios financiers solides.
Une forte génération de cash-flow pour financer la distribution de dividendes aux actionnaires tout en réalisant des investissements créateurs de valeur.

Grâce à une gestion centrée sur les clients, Klépierre s'efforce de servir aux mieux les enseignes et les consommateurs. Son approche prudente en matière financière et l'optimisation continue de la valeur de son portefeuille, à travers des cessions d'actifs et des développements ciblés, lui garantissent un profil de risque optimisé.

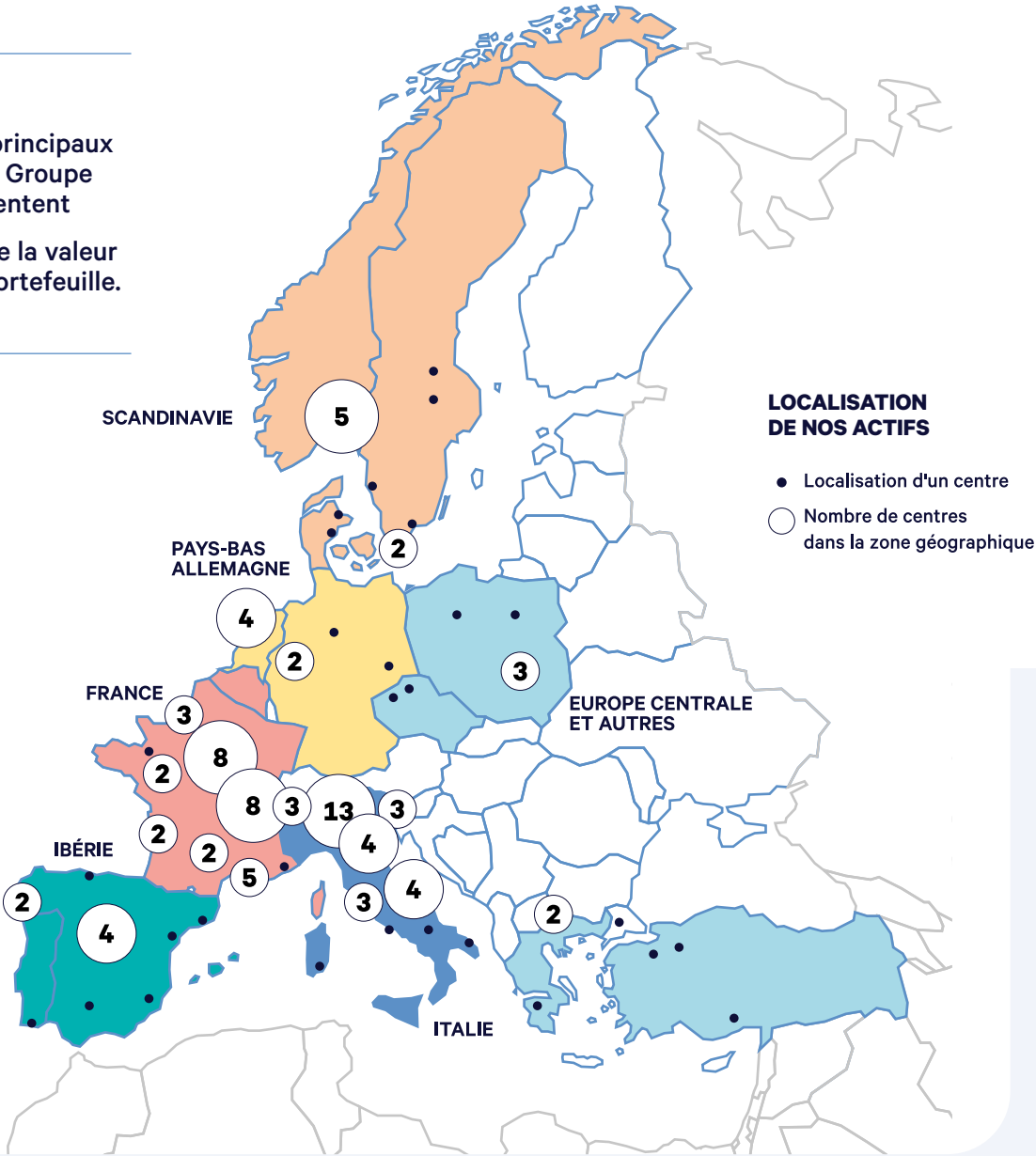
Des centres leaders dans les plus grandes villes d'Europe continentale

Depuis dix ans, le Groupe a recentré ses activités dans les villes les plus dynamiques d'Europe. Ce choix répond 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. Leurs choix de positionnement et leurs plans d'expansion visent à créer un écosystème complet entre les magasins et leur offre digitale. Klépierre a accompagné ce mouvement en se recentrant sur les destinations identifiées comme les zones de chalandise les plus riches, les plus denses et les plus dynamiques par les principales enseignes.

Depuis 2012, le Groupe a cédé plus de 150 actifs pour un montant total de 8 milliards d'euros et procédé à des acquisitions/développements pour un montant cumulé de près de 7 milliards d'euros. Au travers de ces opérations, la valeur moyenne d'un centre Klépierre a été multipliée par 3.



Les **70** principaux actifs du Groupe représentent **92 %** de la valeur totale du portefeuille.

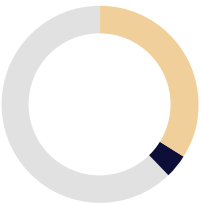


Des développements ciblés et créateurs de valeur

En matière de développement, Klépierre transforme régulièrement ses actifs pour renforcer leur position de leader dans leur zone de chalandise. À cette fin, le Groupe se concentre sur les opérations de rénovation, d'extension et de restructuration assurant une contribution significative aux revenus locatifs nets et respectant un niveau de risque limité.

En outre, pour tirer parti de l'essor de l'urbanisation et de la demande croissante du secteur résidentiel, Klépierre étudie des projets de développement à usage mixte. Ils consistent à transformer des droits de construction potentiels en immeubles résidentiels, bureaux, hôtels ou d'autres usages.

1,9 MDC DE PROJETS POTENTIELS
(en % des montants à décaisser)



- 4 % Projets engagés
- 34 % Projets commerciaux contrôlés
- 62 % Projets à usage mixte contrôlés

Gran Reno Turin - Italie

Le principal fait marquant de l'année 2022 a été l'ouverture de l'extension de Gran Reno (Turin) pour atteindre 53 000 m². Cette opération s'est traduite par une augmentation de 47 % de la fréquentation par rapport à 2019 ainsi que par une hausse de 49 millions d'euros des ventes des détaillants depuis l'ouverture le 7 juillet 2022.

► Pour de plus amples informations, voir chapitre 2 « Activité de l'exercice ».



LA PRINCIPALE RÉALISATION DE 2022

PRINCIPAUX PROJETS ENGAGÉS EN 2023

Grand Place Grenoble - France

L'extension de Grand Place visant à élargir la gamme de services et l'offre de loisirs devrait être achevée d'ici la fin de l'année 2023.



Maremagnum Barcelone - Espagne

Le rooftop de Maremagnum accueillera le premier Time Out Market d'Espagne et deviendra ainsi le nouveau lieu incontournable pour le commerce et la restauration à Barcelone. Son ouverture est prévue en 2024, pour la Coupe de l'America.



TimeOut

Des piliers opérationnels solides



Retail First® Priorité à l'offre

Klépierre propose une offre commerciale complète faisant directement écho aux attentes des consommateurs. Pour y parvenir, le Groupe s'appuie sur ses équipes qui lui ont permis de développer une relation privilégiée et un partenariat de long terme avec des enseignes nationales et internationales. Du *pop-up* store au grand magasin en passant par la petite boutique, Klépierre accompagne les *retailers* dans leur développement et leur propose le format le plus adapté à leur positionnement.



Let's Play® Une quête d'imprévu, d'émotion et de sens

Plus qu'un lieu d'achat, nos centres sont des lieux de vie et de rencontres offrant une expérience émotionnelle augmentée dont le commerce en ligne est dépourvu.

- **Phygital** : favoriser les synergies entre le commerce physique et l'expérience digitale (programme de fidélité, *click & collect*, services d'information, etc).
- **Réseaux sociaux** : créer du lien et des échanges autour et au-delà du centre commercial en animant une communauté de 5,6 millions d'abonnés.
- **Événementiel** : du cours de cuisine jusqu'au défi sportif en passant par des événements de *street art*, des TEDx, des concerts et les tournées mondiales des standards de l'audiovisuel (Nickelodeon, Marvel ou Disney).



ClubStore® L'hospitalité selon Klépierre

Attentive à l'accueil de ses visiteurs, Klépierre a conçu un parcours client fluide, personnalisé et constamment amélioré.

Ce parcours s'articule autour de 16 points d'attention qui vont de l'accès digital à l'accueil reçu en centre, du parking aux devantures de magasins en passant par les services.

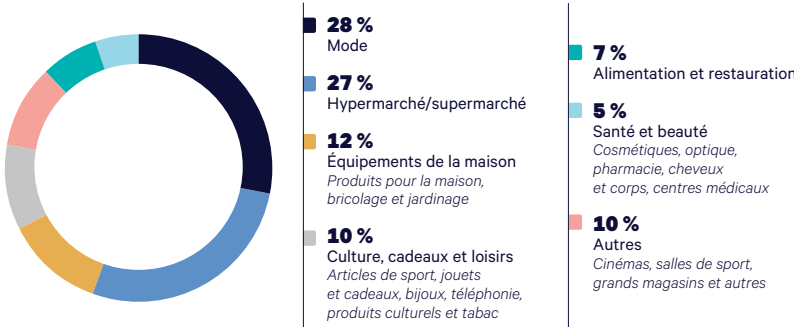
L'architecture et l'agencement intérieur de nos centres commerciaux sont en particulier synonymes de confort et de bien-être. Nos standards d'accueil sont mis en place dans l'ensemble du portefeuille et sont renforcés en permanence par l'analyse des meilleures pratiques et par la connaissance pointue de nos visiteurs, grâce à la mesure régulière de leur satisfaction.



Une offre commerciale complète

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

MIX D'ENSEIGNES D'UN CENTRE COMMERCIAL KLÉPIERRE (en % des surfaces)



La part émotionnelle du shopping physique

Le programme de fidélité digital de Klépierre propose à ses membres :

- des offres exclusives de la part des commerçants et des marques partenaires ;
- des invitations à des événements ;
- des services exclusifs offerts ;
- une participation à des tirages au sort.

**LANCEMENT
EN SEPTEMBRE 2021**

**+ de 500 000
téléchargements
de l'application**

**37 centres
commerciaux déjà
concernés**



Notre vision de l'accueil + 26 points

L'augmentation de 26 points du score NPS (*Net Promoter Score*) entre 2022 et 2017 témoigne des améliorations concrètes apportées par le Groupe à destination de ses visiteurs. Cet indicateur permet de mesurer la satisfaction client et la probabilité qu'un visiteur recommande un centre commercial Klépierre à ses proches.

NOMBRE DE BOUTIQUES PAR GROUPE D'ENSEIGNES (données au 31 décembre 2022)

Mode	
188	INDITEX
155	CALZEDONIA
72	BESTSELLER
69	H&M
65	Etam
48	DEICHMANN
37	Levi's
16	PRIMARK
Culture, cadeaux et loisirs	
104	THOM
50	JD Group
49	PANDORA
48	Foot Locker
38	FNAC DARTY
37	orange
Santé et beauté	
119	GrandVision
55	SEPHORA
49	DOUGLAS
37	RITUALS...
23	Normal
Alimentation et restauration	
67	McDonald's
37	BURGER KING
33	Starbucks
11	NESPRESSO

De Act for Good® à Act4Good™, une nouvelle stratégie RSE

BÂTIR LA PLATEFORME DE COMMERCE LA PLUS DURABLE D'ICI À 2030

Leader européen des centres commerciaux, Klépierre lance en 2023 sa nouvelle stratégie RSE. Avec Act4Good™, le Groupe se fixe des objectifs encore plus ambitieux et élargis à de nouveaux enjeux. Élaborée avec un comité d'experts indépendants, Act4Good™ se structure en quatre piliers pour permettre à Klépierre de bâtir la plateforme de commerce la plus durable d'ici à 2030.

En 2018, Klépierre lançait un plan de Responsabilité sociale et environnementale (RSE) à cinq ans qui reposait sur 32 objectifs concrets pour agir pour la planète, les territoires et les femmes et les hommes. Aujourd'hui, les résultats obtenus sont au-delà des attentes.

LES RÉSULTATS SOLIDES DE NOTRE STRATÉGIE 2018-2022

99,8 %

taux moyen d'atteinte
des 32 objectifs du plan
Act for Good®

42 %

de réduction de l'intensité
énergétique de notre
portefeuille⁽¹⁾

82 %

de diminution des émissions
de gaz à effet de serre
(scopes 1 et 2)



Avec sa nouvelle stratégie Act4Good™, Klépierre entend désormais aller plus loin en bâtissant la plateforme de commerce la plus durable et ainsi asseoir sa position de leader du secteur en matière de RSE. La stratégie est fondée sur quatre piliers :

- agir pour le climat en devenant net-zéro carbone dès 2030 ;
- agir au service des communautés et des territoires d'implantation de ses centres commerciaux ;
- agir en développeur de compétences pour ses collaborateurs, ses partenaires et ses visiteurs ;
- agir pour promouvoir des modes de vie durables auprès de tout son écosystème, clients, commerçants, collaborateurs, partenaires et citoyens.

(1) Variation par rapport à l'année 2013 de référence.

UN LEADERSHIP LARGEMENT RECONNU

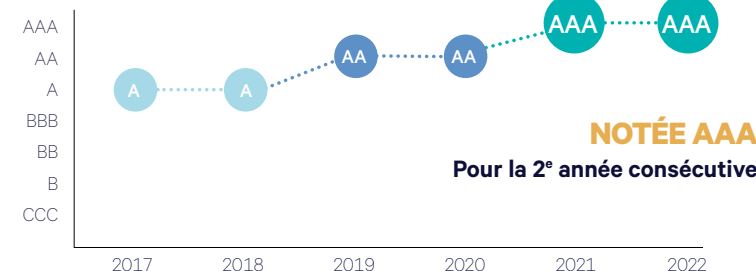
Klépierre est régulièrement plébiscitée par les principales agences extra-financières et instances internationales pour son engagement et ses résultats.



#1 GLOBAL RETAIL LISTED
#1 EUROPE RETAIL
#1 EUROPE LISTED
#1 EUROPE RETAIL LISTED
NIVEAU FIVE STARS



**STRATÉGIE DE LUTTE CONTRE
LE CHANGEMENT CLIMATIQUE**
approuvée au plus haut
niveau de performance (1,5 °C)



2022 LEADERSHIP
Liste A Climat



**Intégration de l'action Klépierre à l'indice
CAC SBT 1.5°**

Nouvel indice axé sur le climat, composé d'entreprises dont les objectifs de réduction des émissions ont été certifiés conformes à l'objectif de 1,5 °C de l'Accord de Paris



MÉDAILLE D'OR 2022
Pour la 11^e année consécutive

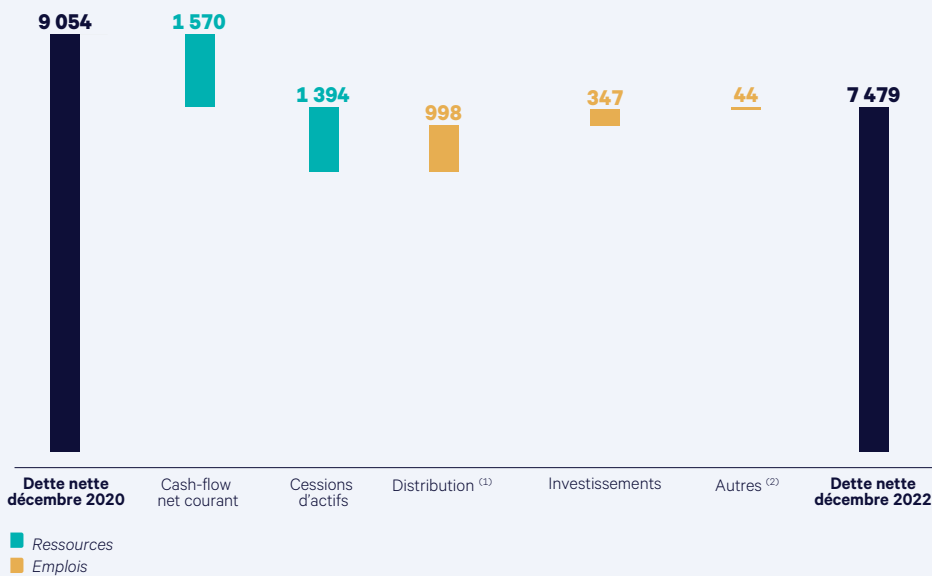
Une discipline financière rigoureuse

Dans un environnement en pleine mutation, Klépierre s'efforce d'améliorer en permanence son profil de risque financier en assurant un rendement à long terme.

Au cours de l'année 2022, cela s'est notamment traduit par :

- un désendettement significatif de l'ordre de 530 millions d'euros sur un an et de 1,6 milliard d'euros depuis le 31 décembre 2020, porté par une forte croissance des flux de trésorerie ainsi que par des cessions d'actifs ;
- une amélioration continue des ratios financiers qui figurent parmi les meilleurs du secteur et permettent à Klépierre de conserver une notation de crédit solide (BBB+ perspective stable, *rating* confirmé par l'agence de notation Standard & Poors en mai 2022) ;
- une liquidité abondante couvrant 36 % de l'endettement brut du Groupe ainsi qu'un accès constant au marché des financements.

LA DETTE NETTE A DIMINUÉ DE 1,6 MILLIARD D'EUROS AU COURS DES DEUX DERNIÈRES ANNÉES (en millions d'euros)



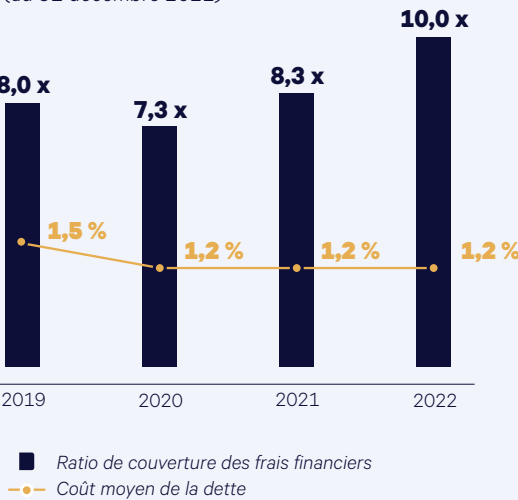
(1) Dont dividendes payés aux actionnaires de Klépierre et aux partenaires dans les coentreprises.
(2) Dont variation de BFR, coûts non-récurrents, restructuration de la dette nette et effet de change.

SIMON PROPERTY GROUP : UN ACTIONNAIRE DE RÉFÉRENCE LEADER MONDIAL DU SECTEUR DES CENTRES COMMERCIAUX (répartition du capital au 31 décembre 2022)



- 22,3 % Simon Property Group
- 6,2 % APG
- 71,5 % Autres actionnaires (flottant y compris autocontrôle)

ÉVOLUTION DU COÛT MOYEN DE LA DETTE ET DU RATIO DE COUVERTURE DES FRAIS FINANCIERS DE 2019 À 2022 (au 31 décembre 2022)



PRINCIPAUX RATIOS FINANCIERS (au 31 décembre 2022)

Ratio de couverture des frais financiers	>	10,0 x
Dette nette / EBE	>	7,9 x
Loan-to-value (LTV)	>	37,7 %
Notation S&P	>	BBB+ (perspective stable)



Schéma de création de valeur

CONTEXTE

Évolution des modes
de consommation

Métropolisation
de l'Europe

Montée en puissance des
enjeux environnementaux

Dynamique du marché
de l'immobilier

Degré de tension
du marché de l'emploi

Ressources

Notre modèle

Création de valeur

FINANCIÈRES

- 19,8 Md€ de patrimoine
- 7,5 Md€ d'endettement net
- 6,2 Md€ de capitalisation boursière

ÉCONOMIQUES
ET SOCIALES

- 3 600 enseignes

HUMAINES
ET INTELLECTUELLES

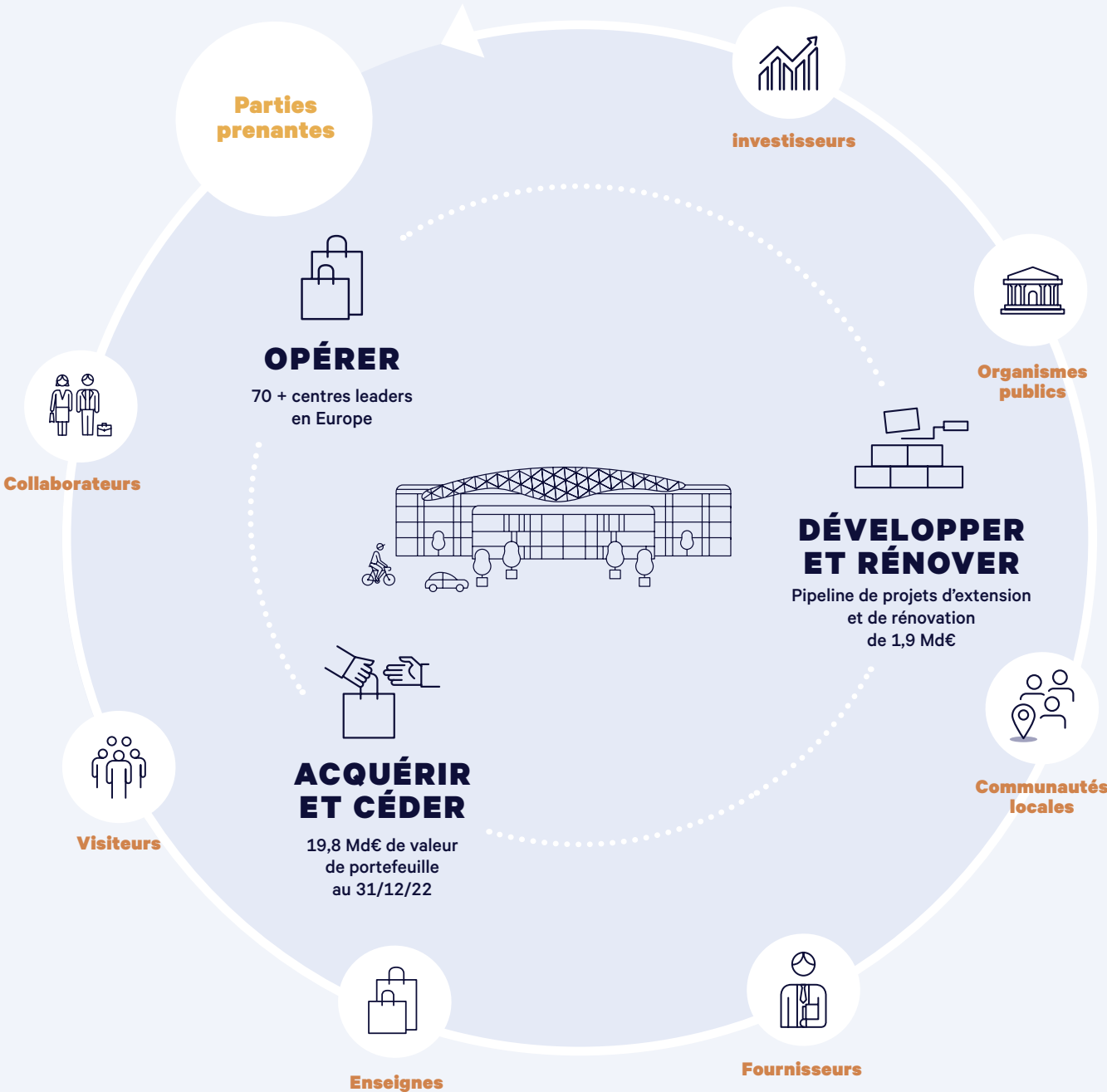
- 1 072 collaborateurs
- 38 % de femmes parmi les 100 postes à plus forte responsabilité

NATURELLES

- 83,6 kWh/m² de consommation annuelle d'énergie
- 2,9 M de m³ de consommation d'eau
- 100 % d'électricité renouvelable

INFRASTRUCTURES
& TECHNOLOGIE

- 100 % des actifs connectés aux transports en commun
- Plus de 10 partenariats avec des start up au niveau Groupe
- 238 To de données IT (hors sauvegarde)



FINANCIÈRES

- 851 M€ de cash-flow net courant
- 485 M€ distribués aux actionnaires au titre de l'exercice 2021

ÉCONOMIQUES
ET SOCIALES

- 1 360 nouveaux baux
- Pour 1 emploi Klépierre créé, 2,2 emplois créés dans l'économie locale
- 100 % de centres ayant fait don d'un espace à un acteur local
- Progression de 26 points du NPS (versus 2017)
- 88 M€ de taxes locales

HUMAINES
ET INTELLECTUELLES

- 32 % de postes pourvus en interne
- 100 % d'accès à la formation
- 100 % des jeunes diplômés bénéficiant d'un accompagnement de carrière personnalisé

NATURELLES

- 82 % de réduction d'intensité CO₂ (depuis 2017)
- 42 % de réduction d'intensité énergétique (depuis 2013)
- 100 % de centres certifiés
- 100 % de déchets valorisés

INFRASTRUCTURES
& TECHNOLOGIE

- 8 M€ de CAPEX pour réaliser des projets informatiques

Performance financière

COMPTE DE RÉSULTAT	2018	2019	2020	2021	2022
Revenu locatif brut (en millions d'euros)	1 252,2	1 242,3	1 062,4	1 006,4	1 162,4
Revenu locatif net (en millions d'euros)	1 119,0	1 130,6	846,2	879,5	1 035,3
Excédent brut d'exploitation (en millions d'euros)	1 025,7	1 053,2	797,2	806,8	955,0
Cash-flow net courant (en part du Groupe, en millions d'euros)	793,7	830,3	586,9	622,3	740,8
Cash-flow net courant par action (en euros)	2,65	2,82	2,05	2,18	2,62
Dividende par action (en euros)	2,10	2,20	1,00	1,70	1,75 ⁽¹⁾

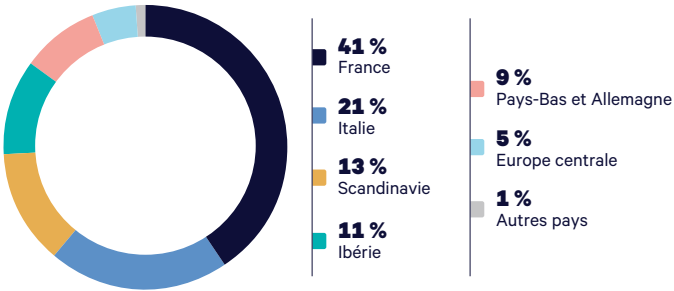
INDICATEURS OPÉRATIONNELS					
Réversion	11,1 %	8,2 %	4,5 %	0,9 %	4,1 %
Taux d'effort	12,3 %	12,4 %	13,2 %	12,6 %	12,9 %
Taux de vacance EPRA	3,2 %	3,0 %	4,8 %	5,3 %	4,2 %
Taux d'impayés ⁽²⁾	1,7 %	1,6 %	16,0 %	13,3 %	3,6 %
Évolution du chiffre d'affaires des commerçants (à périmètre constant)	0,9 %	1,8 %	-11,0 %	10,1 %	25,0 %

VALEUR DU PORTEFEUILLE					
Portefeuille en part totale (en millions d'euros, droits de mutation inclus)	24 440	23 673	21 859	20 713	19 832
Rendement initial net EPRA	4,9 %	5,0 %	5,3 %	5,2 %	5,4 %
EPRA NTA par action (en euros)	N/A	36,9	31,4	31,2	30,9

INDICATEURS FINANCIERS					
Dettes nettes (en millions d'euros)	8 875	8 830	9 054	8 006	7 479
Coût moyen de la dette	1,6 %	1,5 %	1,2 %	1,2 %	1,2 %
Ratio de couverture des frais financiers	7,0 x	8,0 x	7,3 x	8,3 x	10,0 x
Ratio d'endettement (LTV)	36,3 %	37,3 %	41,4 %	38,7 %	37,7 %
Dettes nettes/EBE	8,3 x	8,0 x	10,8 x	8,8 x	7,9 x

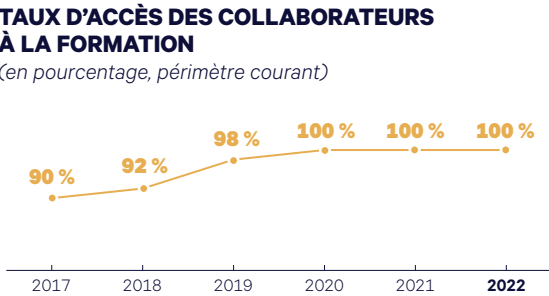
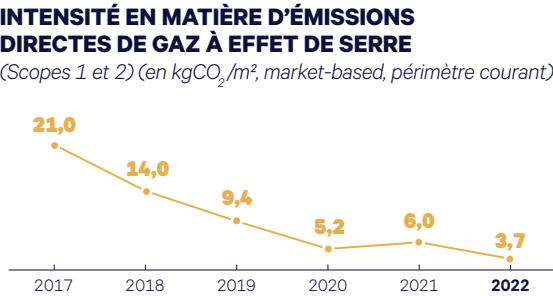
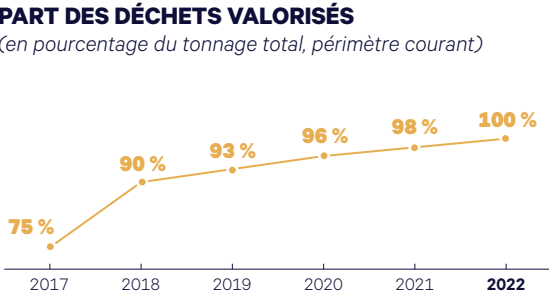
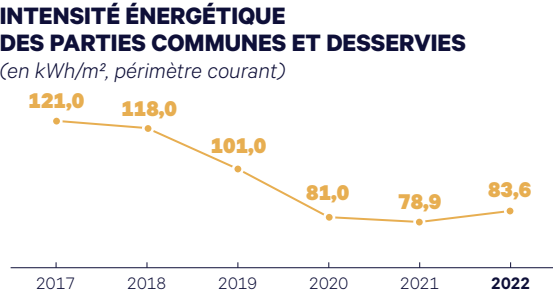
(1) Soumis au vote des actionnaires réunis en Assemblée Générale le 11 mai 2023. Pour de plus amples informations, se reporter au chapitre 2 « Activité de l'exercice ».
(2) Le taux d'impayés correspond à : 1 - taux de collecte cible.

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE
DU PORTEFEUILLE
(en % de la valeur du portefeuille
au 31 décembre 2022)



Performance extra-financière⁽¹⁾

	2020	2021	2022
 ACT FOR THE PLANET			
Réduction de la consommation énergétique dans les parties communes et desservies ⁽²⁾	- 43 %	- 45 %	- 42 %
Part d'électricité d'origine renouvelable utilisée dans les parties communes et desservies	93 %	95 %	100 %
Part des déchets valorisés	96 %	98 %	100 %
Part des centres commerciaux ayant obtenu une certification développement durable (en valeur)	100 %	100 %	100 %
 ACT FOR TERRITORIES			
Part des centres ayant favorisé l'emploi local (en valeur)	95 %	100 %	100 %
Part des centres mettant gratuitement à disposition des espaces dédiés à des acteurs locaux (en valeur)	98 %	100 %	100 %
Part des centres ayant soutenu une initiative citoyenne organisée par une enseigne (en valeur)	98 %	98 %	100 %
 ACT FOR PEOPLE			
Progression du Net Promoter Score (NPS) Groupe par rapport à 2017	+ 8 pts	+ 18 pts	+ 26 pts
Taux d'accès des collaborateurs à la formation	100 %	100 %	100 %
Part des centres faisant la promotion de la santé et du bien-être (en valeur)	99 %	100 %	100 %



(1) Pour de plus amples informations sur le périmètre et la nature de ces indicateurs, se référer au chapitre 3 « Développement durable ».
(2) Variation par rapport à l'année 2013 de référence.

Conception et réalisation : **côté corp.**

Tél. : +33 (0)1 55 32 29 74

Crédits photos : Alfred Cromback, Alfredo Buonanno, photothèque Klépierre



Klépierre

26, boulevard des Capucines
75009 Paris – France

www.klepierre.com