



Boulogne-Billancourt, le 23 octobre 2019

Information financière au 30 septembre 2019**Des loyers nets en croissance de +6% intégrant une croissance organique qui reste soutenue à +2,9%****L'expertise de Carmila en matière de marketing digital local porte ses fruits et fait référence au sein de la profession****Loyers nets des neuf premiers mois de l'année 2019**

Les loyers nets de Carmila pour les 9 premiers mois de l'année 2019 s'élèvent à **250,9 millions d'euros** contre 236,6 millions d'euros en 2018 sur la même période, soit une hausse de **+6,0%**.

<i>En milliers d'euros</i>	30 septembre 2019	30 septembre 2018	% variation 2019/2018
Revenus locatifs	268 452	253 277	+6,0%
Loyers nets	250 851	236 569	+6,0%
France	168 563	165 563	+1,8%
Espagne	65 602	54 699	+19,9%
Italie	16 686	16 307	+2,3%

Les loyers nets à périmètre constant augmentent de façon significative, portés par des revalorisations locatives notamment en Espagne.

La croissance des loyers nets cumulés à fin septembre 2019 comparés à ceux des neuf premiers mois de l'année 2018 s'analyse comme suit :

- Croissance des loyers nets à périmètre constant : **+2,9 points**, incluant 150 bps d'indexation, soit **6,9 millions d'euros** de loyers nets supplémentaires sur 9 mois ;
- Impact des extensions livrées en 2018 : **+1,5 point** soit **3,6 millions d'euros** de loyers nets supplémentaires à fin septembre 2019 ;
- Impact des acquisitions 2018 sur la croissance des loyers nets : **+2,1 points** représentant **4,9 millions d'euros** de loyers nets supplémentaires à fin septembre 2019 ;
- Autres effets : -0,5 point.

Alexandre de Palmas, Président-Directeur Général de Carmila a déclaré : « *La stratégie de valorisation de ses actifs et de déploiement d'un marketing digital local pointu est source de croissance pour Carmila. Grâce à des équipes spécialisées, agiles et inventives, nous développons une expertise rare, créatrice de valeur patrimoniale et commerciale et renforçons la pérennité, l'enracinement et le succès de nos centres commerciaux dans leurs territoires.* »

Activité opérationnelle du troisième trimestre 2019

L'extension de Rennes-Cesson ouvrira ses portes le 27 novembre 2019

Les travaux d'extension du site de Rennes-Cesson sont entrés ce trimestre en phase finale pour une ouverture fin novembre. Pôle commercial leader de l'Est de Rennes, le centre commercial accueillera 30 nouvelles boutiques et comptera 65 enseignes réparties sur 11 500 m² autour d'H&M, Mango, Maisons du Monde et un hypermarché Carrefour de 9 800 m². Le plan de merchandising revisité accueille, de manière équilibrée, des succursales, des master-franchisés opérant des grandes marques ainsi que des acteurs indépendants locaux performants et dynamiques (Holly's Dinner, Bessec, Made in Dé), et vient renforcer cette destination shopping bénéficiant d'une clientèle CSP+.

L'extension générera un loyer additionnel en base annuelle de 2,4 millions d'euros.

La dynamique commerciale reste soutenue, principalement tournée vers les activités de services

L'offre de nos centres s'enrichit d'activités de services cohérentes et complémentaires avec le mix merchandising existant qui viennent pérenniser les sites et renforcer leur attractivité :

- 3 transferts/agrandissement de pharmacies ont été signés à Vitrolles, Montluçon et Draguignan ;
- 12 nouvelles enseignes de restauration rejoignent nos sites, telles Old Wild West à Calais-Cité Europe, Pitaya à Toulouse-Labège et Rennes-Cesson et des concepts de restauration locaux (Bohébon à Toulouse-Labège, French Food Factory à Sartrouville, Le Bistrot à Alençon, Brasserie l'Atelier à Draguignan) ;
- des activités non concurrencées par internet se développent telles les ongleries (Moi Je), les loisirs pour enfant, les activités de réparation (pare-brise, clés, ...) et les services de proximité (cordonnerie, presse, barbier,...).

L'activité de boutiques éphémères poursuit son développement et met notamment en valeur des concepts autour de phénomènes en vogue, en lien avec la culture geek ou le buzz sur les licences. On compte notamment l'ouverture prochaine d'une boutique Batman à Torcy-Bay 2 et de 5 boutiques dédiées à l'univers de Harry Potter à Toulouse-Labège, Rennes-Cesson, Lorient, Calais-Cité Europe et Chambourcy qui rencontrent un succès remarquable : autour d'une offre de 1 500 produits, les premières boutiques ouvertes ont accueilli plus de 2 500 visiteurs le jour de l'ouverture.

Un évènement désormais incontournable pour les enseignes : Carmila organise pour la cinquième année le Carmiday

Le 3 octobre, Carmila accueillait à nouveau les enseignes pour présenter ses projets de développement, ses solutions marketing digitales ainsi que ses activités de business développement et de location temporaire ou événementielle.

Évènement incontournable dans le secteur des centres commerciaux, le Carmiday, journée de rencontres et d'échanges dédiée aux enseignes, a attiré 350 partenaires, franchisés et commerçants. Les participants ont pu ainsi découvrir comment Carmila peut les accompagner dans le développement de leur réseau et du chiffre d'affaires de leurs points de vente.

Cette année, Carmila lançait sa nouvelle activité de régie événementielle *Carmila Event* en présence de représentants d'Havas venus témoigner sur leur expérience avec Carmila. Les *Rendez-vous du Smart Shopping* étaient consacrés au *drive-to-store* avec l'intervention de Waze et de Jeff de Bruges.

L'expertise de Carmila en matière de marketing digital local inspire les professionnels du secteur

L'expertise de Carmila en matière de marketing digital local est largement reconnue par les grands acteurs du marché et citée en exemple :

- Google a ainsi présenté à ses équipes de vente les résultats obtenus par Carmila en matière de store-visit - c'est-à-dire la capacité i/ à faire venir sur ses centres commerciaux les personnes destinataires du marketing digital local ciblé et ii/ à suivre ces statistiques. Les nouveaux outils développés en 2019 par Carmila ont permis d'augmenter de 40% les visites sur sites impulsées par le marketing digital tout en permettant de baisser de 30% le coût unitaire¹ de ces visites.
- Les équipes Carmila participaient à la Paris Retail Week pour présenter les meilleures pratiques pour embaser efficacement de nouveaux clients.
- À l'occasion du Marketing Day du CNCC, Carmila a développé devant un parterre d'enseignes et de pairs, le thème du développement de synergies entre le marketing national des enseignes et le marketing local mis en œuvre pour le compte des boutiques de ses centres.

Business Développement : nos partenaires-retailers multiplient les ouvertures et les succès

Nos deux partenaires créateurs de *Barbe de Papa* - un concept de barbier et coiffeur pour homme, chic et plébiscité par nos clients - multiplient avec succès leurs ouvertures dans nos centres. À la fin de l'année, leur réseau de boutiques ne comptera pas moins d'une quarantaine d'emplacements et les premiers contrats de franchise sont en cours de négociation.

Indémorable, concept de chaussures pour tous les jours à petit prix, poursuit son développement avec Carmila et devrait signer sa septième ouverture avant la fin de l'année.

Le concept de cigarettes électroniques *Cigusto* compte désormais 11 boutiques et prépare déjà les suivantes.

Ces succès permettent à la fois d'enrichir nos centres de nouveaux concepts adaptés à la clientèle de nos sites et plébiscités par nos clients et de conforter notre stratégie de partenariats noués avec des retailers agiles et performants.

Carmila reçoit le Grand Prix de la transparence pour son Document de Référence 2018

Carmila a remporté le Grand Prix de la Transparence du Document de Référence pour les sociétés hors SBF 120 lors de la 10ème édition de la cérémonie des Grands Prix de la Transparence organisée par l'agence Labrador, qui s'est déroulée le mercredi 2 octobre en présence de Bernard Cazeneuve, ancien Premier ministre, et de plus de 280 invités issus des directions financières, juridiques et conformités des plus grandes sociétés françaises.

Ce prix récompense la clarté de la stratégie et du modèle d'affaires de Carmila et la volonté de l'équipe de Carmila d'adopter les meilleures pratiques du secteur en matière de qualité de communication et d'information depuis la cotation de la société en juillet 2017.

Pour la seconde année consécutive, Carmila reçoit un gold EPRA BPR award

Dans le cadre de sa revue annuelle des meilleures pratiques du secteur en matière de communication financière (Best Practice Recommendation Award), l'EPRA a attribué à Carmila, pour la seconde année consécutive un Gold Award qui vient récompenser la qualité de la communication du Groupe.

¹ Coût de la campagne marketing digital local rapporté au nombre de personnes destinataires effectivement détectées sur le site suite à cette campagne

Activité RSE au 3^{ème} trimestre

Carmila déploie des actions responsables dans ses différents secteurs d'activité.

Au cours du 3^{ème} trimestre 2019, Carmila a organisé sur ses sites plus de 230 opérations « RSE », ce qui porte le nombre d'actions RSE déployées sur les sites de Carmila sur les 9 premiers mois de l'année 2019 à plus de 900. Ces opérations, visant à créer du lien sur nos territoires, intègrent des domaines aussi variés que le développement de l'emploi local avec des opérations physiques et digitales (bornes diffusant des offres d'emploi), la santé et l'alimentation en partenariat avec le projet *Act for Food* de Carrefour, la protection de la biodiversité, le traitement des déchets, le soutien d'associations locales en faveur de l'emploi, du handicap ou tous autres sujets sociétaux.

Carmila partenaire de MiiMOSA pour promouvoir le financement de projets agricoles locaux éco-responsables

En 2018, Carmila s'associait à la plateforme MiiMOSA, plateforme de crowdfunding dédiée à l'agriculture et l'alimentation, et à Carrefour pour promouvoir et accompagner le financement par les consommateurs locaux de projets agricoles innovants dans leur région. Carmila met ainsi ses dispositifs de marketing local et digital à disposition des agriculteurs lauréats pour promouvoir, auprès des clients de ses centres commerciaux, les projets sélectionnés.

54 candidatures ont été reçues et 28 projets ont fait appel à financement sur la plateforme MiiMOSA. Carmila a soutenu 8 projets qui ont trouvé financement, soutenus et mis en valeur par le biais de l'ensemble du dispositif digital de Carmila et d'animations sur site. 40 000 euros ont ainsi été levés et viennent financer des initiatives locales en faveur de projets agricoles éco-responsables.

Notre campagne volontariste de certification environnementale se poursuit

En parallèle de son objectif de réduire durablement l'empreinte environnementale de ses sites, Carmila mène une campagne d'envergure de certification de ses centres commerciaux avec pour objectif de faire certifier 75%² de ses centres commerciaux à fin 2021.

Le 23 août l'extension d'Evreux ouverte en 2018 obtenait la certification BREEAM New Construction en phase Réalisation au niveau Very Good, suivi le 17 septembre par l'obtention pour le projet d'extension de Rennes-Cesson d'une certification BREEAM New Construction en phase Conception au niveau Very Good.

Par ailleurs, le centre commercial de Chambourcy a également reçu une certification BREEAM in Use au cours du trimestre.

Cette campagne de certification environnementale du portefeuille, ambitieuse et volontariste, lancée en 2018 se poursuit donc de manière très rapide et à fin septembre 2019, 51% des centres commerciaux de Carmila disposaient d'une certification environnementale contre 35% fin 2018.

Cette campagne de certification pourra désormais s'appuyer sur une plateforme de gestion technique de bâtiment qui permet la gestion centralisée et à distance des éléments liés à la consommation des énergies sur nos sites. Mise en place sur le portefeuille français, elle a vocation à être déployée dans les autres pays.

² % en valeur d'expertise

Carmila entre dans les indices de référence du secteur

Pour accompagner sa politique de responsabilité sociale et environnementale, Carmila a intégré en 2019 les principaux indices et prix sectoriels : le GRESB (avec un score de 71/100), les EPRA sBPR awards (Silver award avec le Most Improved Award), Vigéo (avec un statut *Robust* et un niveau de 53/100) et a également été évaluée par ISS avec notamment le meilleur score sur le critère Social (1/10) et 3/10 sur le critère Environnement.

Carmila adhère au Global Compact des Nations Unies

Carmila a adhéré au Global Compact des Nations Unies et affirme son soutien à ses dix principes concernant le respect des droits de l'Homme, des normes internationales du travail, la protection de l'environnement et la lutte contre la corruption.

Par cette adhésion, Carmila exprime sa volonté d'intégrer ces principes dans sa stratégie d'entreprise, sa culture, ses opérations quotidiennes, et de les faire progresser dans sa zone d'influence.

Cette adhésion permet de confirmer l'engagement RSE de Carmila et notre volonté de poursuivre une démarche d'amélioration permanente et transparente.

Carmila distinguée par l'Association Espagnole des Centres Commerciaux

Lors de la cérémonie de remise des prix de l'Association Espagnole des Centres Commerciaux, Carmila et Carrefour Property ont reçu le prix de la meilleure initiative RSE pour leur campagne "Economisez l'eau, c'est le cœur de la vie."

L'initiative a permis d'économiser plus de 14 000 m³ d'eau dans 28 centres commerciaux en un an, ce qui correspond à la quantité d'eau nécessaire pour remplir six piscines olympiques.

Objectifs et perspectives

Un trimestre qui permet de confirmer les objectifs 2019 de Carmila

Carmila **confirme l'objectif pour 2019** d'une croissance du résultat récurrent par action comprise entre **+5% et +6,5%**.

Contact investisseurs et analystes

Marie-Flore Bachelier – Secrétaire Général
marie_flore_bachelier@carmila.com
+33 6 20 91 67 79

Contacts presse

Morgan Lavielle - Directeur de la Communication
Corporate
morgan_lavielle@carmila.com
+33 1 58 33 63 29
+33 6 87 77 48 80

Calendrier Financier

13 février 2020 (après clôture des marchés) : Résultats annuels 2019

14 février 2020 (9h00) : Réunion d'Information Financière

14 mai 2020 (9h30) : Assemblée Générale des actionnaires

29 juillet 2020 (après clôture des marchés) : Résultats semestriels 2020

30 juillet 2020 (14h30) : Réunion d'Information Financière

A propos de Carmila

Carmila a été créée par Carrefour et de grands investisseurs institutionnels en vue de transformer et valoriser les centres commerciaux attenants aux magasins Carrefour en France, Espagne et Italie. Au 30 juin 2019, son portefeuille était constitué de 215 centres commerciaux en France, Espagne et Italie, leaders sur leur zone de chalandise, et valorisés à 6,4 milliards d'euros. Animées par une véritable culture commerçante, les équipes de Carmila intègrent l'ensemble des expertises dédiées à l'attractivité commerciale : commercialisation, marketing digital, specialty leasing, direction de centre et asset management.

Carmila est cotée au compartiment A sur Euronext-Paris sous le symbole CARM. Elle bénéficie du régime des sociétés d'investissements immobiliers cotées (« SIIC »).

Le 18 septembre 2017, Carmila intégrait les indices FTSE EPRA/NAREIT Global Real Estate (EMEA Region).

Le 24 septembre 2018, Carmila intégrait les indices Euronext CAC Small, CAC Mid & Small et CAC All-tradable.