

MERCIALYS



RAPPORT INTÉGRÉ 2019

EXTRAIT DU DOCUMENT D'ENREGISTREMENT UNIVERSEL



AGENDA FINANCIER

20 avril 2020 ⁽¹⁾

Activité du 1^{er} trimestre 2020

23 avril 2020

Assemblée générale

27 avril 2020 ⁽²⁾

Détachement du dividende

29 avril 2020 ⁽²⁾

Païement du dividende

27 juillet 2020 ⁽¹⁾

Résultats du 1^{er} semestre 2020

28 juillet 2020

Réunion d'informations financières

19 octobre 2020 ⁽¹⁾

Activité à fin septembre 2020

Avertissement

Ce rapport intégré est inspiré du cadre de référence établi par l'*International Integrated Reporting Council* (IIRC). Il couvre l'ensemble des entités consolidées dans le périmètre de Mercialys et contient, de par sa nature, des éléments et informations prospectifs.

Certaines déclarations figurant dans ce document peuvent se baser sur des prévisions qui portent notamment sur des événements futurs, des tendances, projets ou objectifs. Ces prévisions comportent par nature des risques, identifiés ou non, et des incertitudes pouvant donner lieu à des écarts significatifs entre la stratégie et les résultats réels de Mercialys et ceux indiqués ou induits dans ces déclarations.

Prière de se référer au Document d'enregistrement universel de Mercialys pour l'exercice clos au 31 décembre 2019, qui figure sur le site Internet de la société www.mercialys.fr, et plus particulièrement au chapitre 5 « Facteurs de risque », afin d'obtenir une description des principaux facteurs de risque et incertitudes susceptibles d'avoir une influence sur les activités de la Société.

Mercialys ne s'engage en aucune façon à publier une mise à jour ou une révision de ces prévisions, ni à communiquer de nouvelles informations en cas d'événements futurs ou toute autre circonstance qui pourraient remettre en question ces prévisions.

⁽¹⁾Après Bourse / ⁽²⁾Sous réserve de l'approbation de l'Assemblée générale du 23 avril 2020.

ÉDITO DU PRÉSIDENT, ÉRIC LE GENTIL

2019 a été une nouvelle année de franc succès pour Mercialys, avec d'excellents résultats tant sur le plan financier, extra-financier, qu'opérationnel.

Avec une croissance organique de ses loyers de +3,6%, une hausse de son résultat des opérations (FFO) de +7,9%, un dividende de 1,15€ par action offrant un rendement de 9,3% sur le cours à fin décembre 2019, et un ratio d'endettement (LTV hors droits) maîtrisé de 39,5%, Mercialys confirme une nouvelle fois la qualité de son portefeuille d'actifs, de sa gestion et son appartenance aux *leaders* sectoriels en Europe.

Ses avancées en 2019 sur le plan extra-financier ont également été remarquables, avec notamment la validation scientifique par la *SBTi*⁽¹⁾ de sa stratégie de lutte contre le réchauffement climatique, la poursuite de la certification *BREEAM-In-Use*⁽²⁾ de son patrimoine, la sensibilisation de ses clients finaux et enseignes à ses thématiques RSE, et la transformation de son instance de direction en un nouveau Comité managérial intégrant 50 % de femmes.

Sur le plan opérationnel enfin, Mercialys a à nouveau exprimé en 2019 toute sa capacité d'anticipation des tendances

sectorielles visant à inscrire ses sites dans les dynamiques commerciales de demain. Parmi ses nombreuses initiatives, soulignons le lancement d'une plateforme de livraison de plats à domicile depuis les restaurants des centres et l'ouverture d'un espace-pilote de *coworking*.

L'année 2020 débute par une crise sanitaire mondiale. Le Conseil d'administration de Mercialys, ainsi que sa Direction générale, assurent de leur totale mobilisation afin d'assurer la meilleure continuité de l'activité. Les mesures gouvernementales adoptées, bien que d'ampleur, permettent à plusieurs typologies d'enseignes locataires de Mercialys de rester ouvertes. Néanmoins, le confinement de la population impacte fortement la fréquentation des sites et interroge sur la solvabilité des commerçants et par extension la capacité de recouvrement des loyers. Dans ce contexte, les objectifs 2020 communiqués en février dernier par Mercialys sont caducs et seront actualisés lorsque les perspectives sur le contexte sanitaire pourront être éclaircies.

L'Assemblée générale annuelle 2020 se tiendra le 23 avril prochain. La santé et la sécurité de nos actionnaires, de nos équipes et de toutes nos parties prenantes, constituent notre priorité première. Je demande par conséquent aux actionnaires de poser, s'ils en ont, leurs questions au Conseil d'administration en amont de l'événement et de voter à distance les résolutions. L'ensemble des modalités pour ce faire sont rappelées dans la brochure de convocation à l'Assemblée générale. Ils peuvent également, s'ils le souhaitent, me donner pouvoir.

Sincères salutations,

Eric Le Gentil
Président du Conseil
d'administration

«
Mercialys a à nouveau
exprimé en 2019 toute
sa capacité d'anticipation
des tendances sectorielles. »

(1) L'initiative *Science Based Targets* (SBTi) est une organisation à but non lucratif qui évalue, sur la base de critères établis par des experts scientifiques, l'adéquation entre les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre fixés par les entreprises et les recommandations du Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'évolution du Climat (GIEC), afin de garantir que ces objectifs limitent bien la hausse des températures mondiales à 2°C d'ici 2100 par rapport à 1990. / (2) *BREEAM* (*BRE Environmental Assessment Method*) est la méthode d'évaluation de la performance environnementale des bâtiments faisant référence dans le monde. Il s'agit du standard en termes de certification de construction durable, sa méthode d'évaluation étant utilisée pour décrire au niveau international la performance environnementale d'un bâtiment. Le calcul de la performance environnementale en exploitation (*In-Use*) des bâtiments s'appuie sur 2 axes : l'*asset performance* (qualité intrinsèque de l'actif) et le *building management* (gestion de l'actif).

QUESTIONS AU DIRECTEUR GÉNÉRAL

VINCENT RAVAT, VOUS AVEZ IMPULSÉ LORS DE VOTRE NOMINATION UNE NOUVELLE VISION STRATÉGIQUE. COMMENT S'EST-ELLE MATÉRIALISÉE EN 2019 ?

Notre activité se confronte à un changement des attentes des clients et des modes de consommation. Constatant que celui-ci s'accélère, j'ai souhaité mettre Mercialis dans les meilleures dispositions pour y répondre. Je crois aux fondamentaux du commerce physique et à son rôle structurant sur les territoires. Je crois également à son adaptation incrémentale aux évolutions actuelles et non à une rupture abrupte des modèles historiques.

Cette adaptation est incarnée chez Mercialis par les 5 piliers stratégiques révélés début 2019. Le but est de renforcer les caractéristiques qui font le succès de nos centres, en mettant l'accent sur des dimensions servicielles, d'ancrage sociétal et de consolidation des flux locaux sur les territoires.

Avec l'inauguration de plusieurs projets pilotes visant à accroître la multifonctionnalité des sites et à les intégrer dans la chaîne logistique du dernier kilomètre, nous confortons Mercialis à la pointe de l'innovation en matière d'immobilier commercial. Le perfectionnement en parallèle de notre écosystème marketing et serviciel digital, au service d'une relation-clients toujours plus personnalisée, l'inscrit dans des dynamiques fondamentales et structurantes du commerce de demain.

MERCIALYS PRÉSENTE UNE TRÈS FORTE DYNAMIQUE RSE. COMMENT PARVENEZ-VOUS À CONCILIER LES ATTENTES DIVERGENTES DE VOS PARTIES PRENANTES ?

Mercialis est une société engagée, comme en témoigne sa démarche RSE primée depuis plusieurs années. Son portefeuille d'actifs multi-local et sa position au cœur des zones de chalandise lui permettent une bonne compréhension des différents besoins et urbanités.

Tout le défi réside dans l'intégration :
1/ d'attentes de consommateurs à la recherche constante de nouveauté et d'immédiateté ;
2/ d'exigences environnementales et sociétales croissantes des territoires ;
3/ des temps structurellement longs qu'imposent des développements immobiliers pérennes et responsables. Nos initiatives allient donc un équilibre entre, essentiel de la consommation de base et rotation des *mix* marchands, projets RSE et investissements rationnels au service d'un aménagement territorial équitable entre les acteurs.

L'intégration cette année, par le Conseil d'administration, dans la rémunération variable long terme des dirigeants d'un critère RSE quantifiable à hauteur de 20%⁽¹⁾, marque sa volonté d'intégration de toutes ces thématiques et d'alignement des intérêts.

L'ANNÉE EN COURS VA-T-ELLE CONSTITUER UN TOURNANT POUR MERCIALYS ?

Le début de l'année 2020 est extrêmement perturbé par l'épidémie de coronavirus. Les priorités de Mercialis à ce stade sont de protéger ses équilibres bilanciaux, assurer la sécurité de son personnel et de ses clients, et dialoguer avec ses enseignes à la recherche de solutions pérennisant l'activité de chacun. Tous nos efforts sont actuellement dédiés à la gestion de cette situation et à la recherche des conditions permettant à Mercialis de faire face aux nouveaux paradigmes d'un environnement économique et social qui en sortira probablement bouleversé.

Une grande qualité de Mercialis est son agilité et notamment sa capacité d'adaptation. Ma volonté est de continuer à instiller cette culture entrepreneuriale, faite de flexibilité, d'ambition partagée et de liberté d'initiative au service de l'innovation et de la création de valeur. Capitalisant sur notre excellence opérationnelle, à l'origine depuis des années de résultats dans les plus hauts standards sectoriels, nous continuerons à évoluer, à nous enrichir des idées de nos collaborateurs et de nos clients, à tester des concepts et à rechercher des schémas de partenariats et d'investissements novateurs. Nous poursuivrons également notre stratégie RSE avec la fixation de nouveaux plans d'actions et objectifs quinquennaux, en l'inscrivant toujours plus au cœur de notre modèle.

(1) Sous condition d'approbation par l'Assemblée générale du 23 avril 2020 de la politique de rémunération des dirigeants mandataires sociaux au titre de l'exercice 2020.



« Une grande qualité de Mercialis est son agilité et notamment sa capacité d'adaptation. Ma volonté est de continuer à instiller cette culture entrepreneuriale, faite de flexibilité, d'ambition partagée et de liberté d'initiative au service de l'innovation et de la création de valeur. »

85 %
de marge
d'EBITDA

3 634 M€
de valeur de patrimoine
(droits inclus)

469 M€
de projets de
développement

MERCIALYS EN QUELQUES MOTS

Mercialys est une société foncière créée en 2005 et spécialisée dans la gestion et la valorisation d'actifs commerciaux.

Avec 47 centres commerciaux et 6 actifs de centre-ville⁽¹⁾ à fin décembre 2019, la Société est l'un des acteurs de référence des centres commerciaux en France. Sur les 844 000 m² de son patrimoine, elle accueille plus de 900 enseignes internationales, nationales et locales et plus de 100 millions de visiteurs par an.

Le portefeuille d'actifs de Mercialys est majoritairement constitué de sites commerciaux *leaders*, tous situés en France métropolitaine et d'outre-mer. Ces sites sont localisés sur des zones présentant des évolutions démographiques et de revenus sensiblement supérieures à la moyenne nationale, et en grande majorité sur des agglomérations de taille intermédiaire.

Ces géographies sont au cœur de la stratégie d'investissement et d'arbitrage de la Société depuis une décennie et permettent à ses actifs, au-delà de leur qualité intrinsèque, de bénéficier de sous-jacents socio-économiques porteurs et d'une intensité concurrentielle moins marquée.

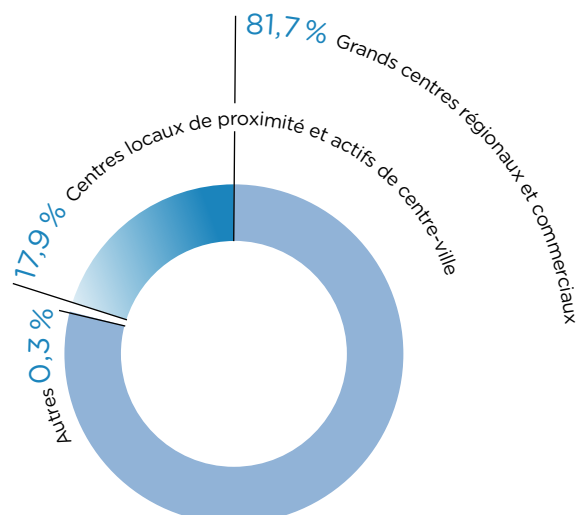
L'organisation opérationnelle de Mercialys est souple et multi-locale. Elle s'articule autour de fonctions centrales situées au siège et d'effectifs localisés sur le terrain, chaque site disposant d'au moins un directeur de centre exerçant sous le contrôle d'un directeur de zone. La Société externalise par ailleurs, *via* des mandats et une convention de prestation de services, une partie de ses activités support, notamment la gestion locative et technique de ses centres commerciaux.

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DU PATRIMOINE⁽²⁾



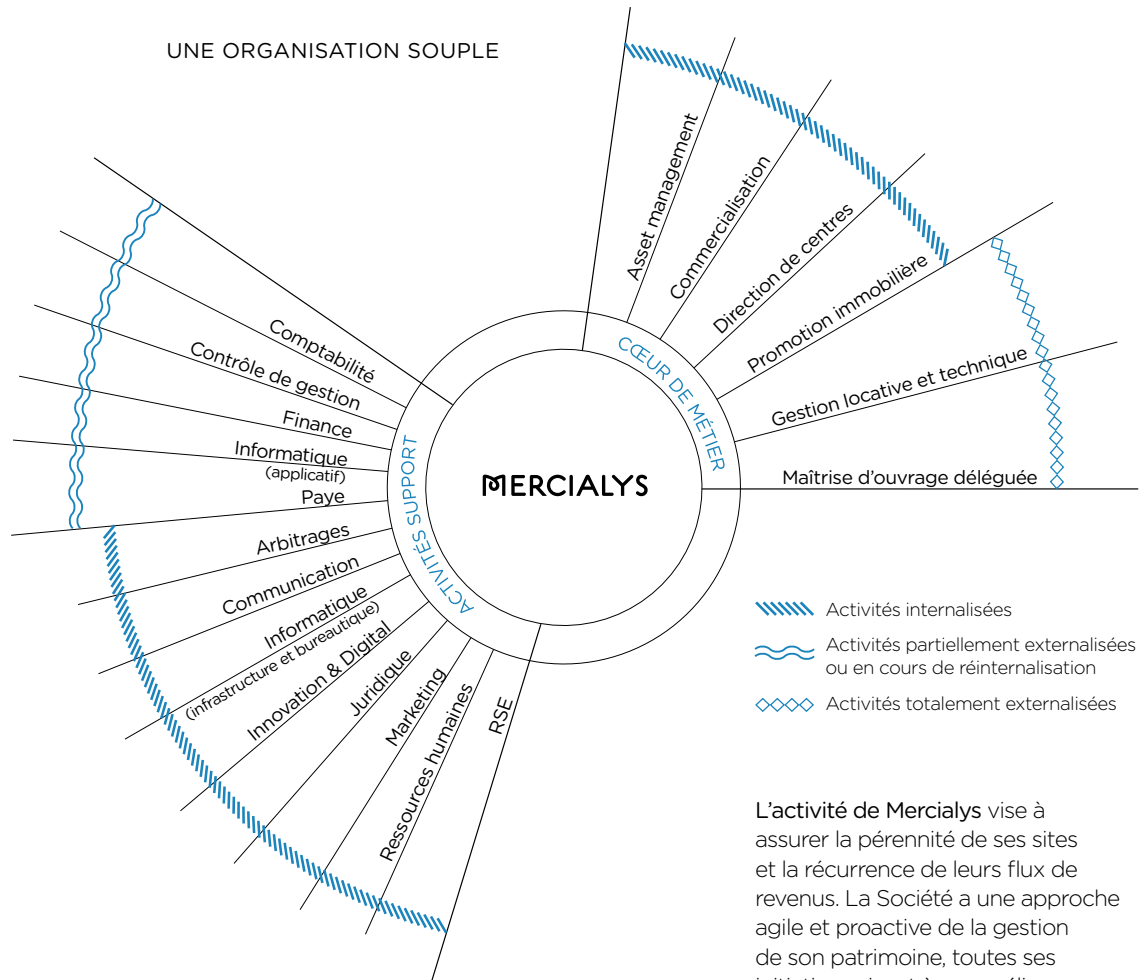
RÉPARTITION DES ACTIFS PAR NATURE

En % de la valeur totale du patrimoine droits inclus



(1) Auxquels s'ajoutent 5 actifs diffus. / (2) Hors actifs diffus.

UNE ORGANISATION SOUPLE



- Activités internalisées
- Activités partiellement externalisées ou en cours de réinternalisation
- Activités totalement externalisées

L'activité de Mercialys vise à assurer la pérennité de ses sites et la récurrence de leurs flux de revenus. La Société a une approche agile et proactive de la gestion de son patrimoine, toutes ses initiatives visant à en améliorer la commercialité, la durabilité et la valorisation.

Pour ce faire, Mercialys développe depuis sa création une stratégie commerciale dynamique, adaptant ses *mix* marchands à chacune de ses zones de chalandise et aux évolutions régulières des attentes des consommateurs.

Elle mène également une stratégie de développement et de rotation de portefeuille continue et sélective. Elle investit, d'une part, dans des actifs modulaires et respectueux de leur empreinte environnementale et cède, d'autre part, ses sites arrivés à maturité pour réallouer ces fonds notamment à son portefeuille de projets.

Enfin, en tant que foncière commerciale *leader*, Mercialys assure un rôle important de façonnement du tissu urbain et d'interaction avec les commerçants, les clients finaux et les autorités et associations locales. Cette responsabilité économique et sociétale large l'incite à toujours rester à l'écoute de ses parties prenantes et à exercer son activité dans le plus grand respect de l'éthique et des principes déontologiques.

111
salariés

41%
de collaborateurs
en région

75%
de participants
au télétravail⁽¹⁾

NOS VALEURS

Proximité
Agilité
Engagement
Innovation

NOTRE MISSION

Faciliter le quotidien des clients

NOTRE VISION

Offrir des centres commerciaux à taille humaine, ancrés au plus près des territoires et créateurs de valeur durable pour l'ensemble des parties prenantes

(1) Parmi les salariés éligibles.

DYNAMIQUES DE LA CONSOMMATION ET DE L'IMMOBILIER COMMERCIAL

En tant que foncière commerciale, l'activité de Mercialis se situe à la croisée de deux secteurs clés de l'économie française : le commerce et l'immobilier. Ses enjeux sont dès lors liés à : 1/ sa compréhension des évolutions des modes de consommation des clients finaux et sa faculté d'adaptation aux besoins des enseignes locataires ; 2/ sa maîtrise de l'outil immobilier et plus particulièrement sa capacité à le faire évoluer en cohérence avec son positionnement d'acteur local, la nouvelle conception des espaces urbains et les défis liés à la transition écologique.

Une polarisation des flux

Sous l'effet des évolutions sociologiques, démographiques et technologiques qui entraînent de nouveaux modes de vie, usages et mentalités, l'immobilier et le commerce sont des secteurs en profonde mutation.

Cette transformation constitue pour les foncières une opportunité, à condition de bien identifier et comprendre les sous-jacents complexes de ces mouvements. Forte de son expérience et à l'écoute de ses parties prenantes, Mercialis dispose de cette compréhension fine des dynamiques plurielles à l'œuvre.

Du fait des contraintes de mobilité, des dynamiques particulières d'aménagement territorial et des choix de vie des français, on observe une triple polarisation. Ces polarisations sont directement liées à la prépondérance de certaines formes de locomotion et de préférences résidentielles divergentes en fonction des typologies d'urbanisation. Elles engendrent des modalités très distinctes d'accès à la consommation et caractérisent chaque zone de chalandise à travers le territoire, nécessitant des analyses et une approche au cas par cas de l'immobilier commercial.

POLARISATION DES TERRITOIRES

La croissance de la population, de l'emploi et des richesses tend à se concentrer en Ile-de-France et dans les zones littorales et frontalières du pays.

POLARISATION VERS LA PÉRIPHÉRIE

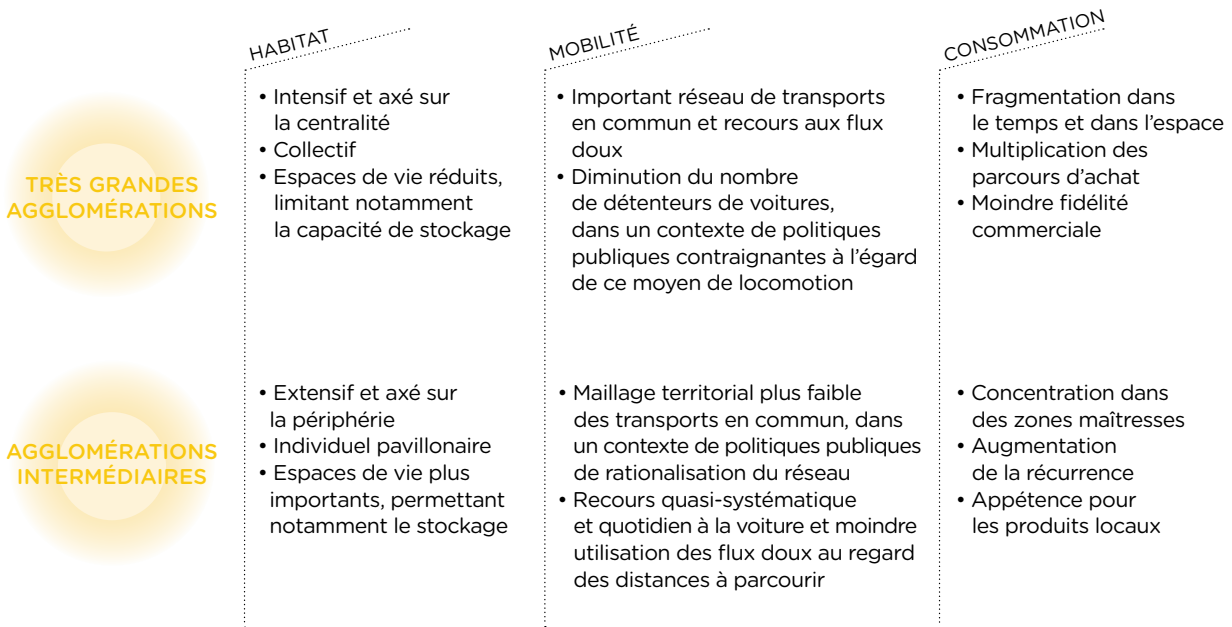
En dehors de l'Île-de-France et des très grandes agglomérations, cette croissance tend à se concentrer en périphérie des villes, aux dépens des centres-villes.

POLARISATION SUR LES ZONES MAÎTRESSES

Dans ces agglomérations de taille intermédiaire, la consommation se concentre sur des zones commerciales dominantes de périphérie, qui concentrent l'implantation des enseignes et fréquentation préférentielle des consommateurs.

Des attentes divergentes

Les différentes attentes et pratiques des habitants des très grandes agglomérations et des agglomérations intermédiaires françaises peuvent être schématisées ainsi :

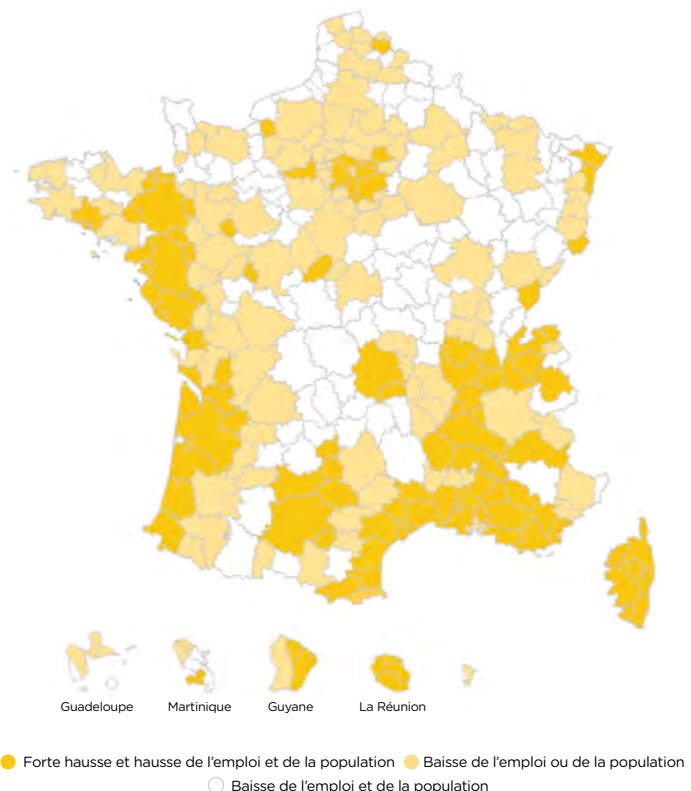


D'autres facteurs impactent également les attentes des consommateurs, par exemple :

- **les particularismes régionaux français** : les consommateurs des différentes régions ne recourent pas exactement aux mêmes produits et services ;
- **les disparités socio-économiques entre les régions** : les récentes manifestations témoignent des clivages sociaux qui traversent le pays et sous-tendent des divergences de niveau de confort financier et d'attentes sociétales et environnementales.

Il en résulte que les besoins des consommateurs sont localisés, spécifiques et différenciés. Leur compréhension et adressage via des offres marchandes adaptées est une condition *sine qua non* à la performance dans l'immobilier commercial. Ainsi, une variété de formats commerciaux et positionnements concurrentiels peuvent exister, leur pérennité reposant sur leur capacité à apporter une juste réponse à des attentes-clients ciblées, et pas sur leur taille.

DYNAMIQUE SOCIO-ÉCONOMIQUE DES RÉGIONS FRANÇAISES⁽¹⁾



(1) source: Insee

Comprendre les besoins des consommateurs

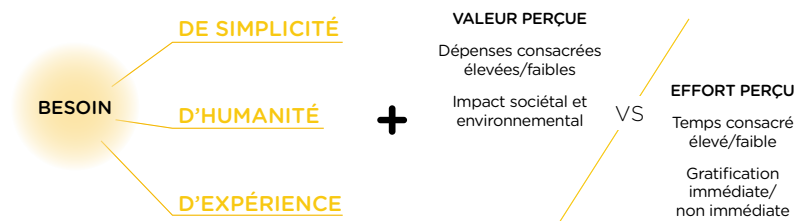
Qu'ils habitent de très grandes agglomérations ou des agglomérations intermédiaires, la plupart des consommateurs français se retrouve autour d'une matrice de choix alliant la satisfaction de 3 besoins fondamentaux et un arbitrage continu entre la valeur perçue d'un bien ou d'un service et l'effort nécessaire pour l'acquérir. Sur cette base, ils déterminent le chemin de moindre résistance entre leur besoin et sa satisfaction, et cela indépendamment de la nature physique ou virtuelle des canaux de distribution, les progrès technologiques ayant rendus les consommateurs fondamentalement omnicaux.

Dans un pays où plus de 50% de la consommation provient des transferts sociaux, l'accessibilité prix est un déterminant fondamental des décisions d'achat. Des considérations secondaires peuvent s'y ajouter, sur la base de sous-jacents rationnels propres à la sensibilité de chacun.

Ainsi, concernant la consommation alimentaire par exemple, bien que les produits biologiques emportent l'adhésion des consommateurs, peu en achètent pour des raisons de moyens. Par ailleurs, l'achat d'aliments biologiques s'explique tant par des convictions environnementales que par les inquiétudes sanitaires générées par l'origine ou le traitement des produits proposés et donc un souhait des clients de protéger leur santé. De même, l'achat de produits alimentaires en vrac ou émanant de circuits courts trouve autant sa source dans une démarche personnelle de réduction des

emballages et de l'empreinte carbone des produits consommés, que dans une recherche de produits à moindre coût. Il est donc nécessaire, pour pouvoir offrir à chaque client une solution personnalisée, d'être en mesure de capter ses attentes, ce qui implique de lui être attentif et notamment d'éviter les recours aux approches marketing et commerciales traditionnelles indifférenciées. Ceci est valable pour un centre commercial comme pour une enseigne, indépendamment de sa taille, de sa renommée ou de son secteur d'activité.

MATRICE DE CHOIX DES CONSOMMATEURS



Adapter son offre

Les nouvelles technologies constituent des outils précieux, car elles multiplient les occasions de contact et d'échange avec les consommateurs. La digitalisation des points de vente est une évolution nécessaire pour accompagner leurs nouvelles attentes. Elle ne saurait toutefois remplacer l'expérience en magasin. Cette dernière et le contact humain qu'elle implique constituent en effet le déterminant principal de la préférence des consommateurs pour les points de vente physiques. D'où l'importance pour les enseignes de moderniser leur concept en faveur d'interactions humaines plus qualitatives, audacieuses et différenciantes, dans un usage très encadré des données personnelles.

Même s'ils plébiscitent les services, les consommateurs refusent par ailleurs en très grande majorité de payer le coût inhérent à la livraison de biens à domicile, compliquant la résolution de l'équation économique de la logistique du dernier kilomètre. Et ce, tout particulièrement dans les agglomérations intermédiaires où l'urbanisme extensif périphérique complique l'atteinte d'effets d'échelle. Dans ces zones, la livraison depuis les magasins (*ship from store*) apparaît comme l'option financièrement la plus soutenable, alors que les réponses techniques sans surcoût humain à la problématique de la livraison du dernier kilomètre (voitures autonomes et livraison par drones notamment) ne sont pas viables à horizon visible.

Enfin, la recherche croissante ces dernières années par les consommateurs de conseils-produits a engendré leur préférence pour les offres spécialisées. Cette spécialisation s'impose désormais aux enseignes de tout secteur, conduisant à une rationalisation des positionnements marketing, la constitution de réelles expertises clients et une réallocation des ressources. Cette tendance est bien illustrée par le recentrage, en cours ou ambitionnée, de plusieurs distributeurs alimentaires autour de leur activité historique, et par le succès rencontré par les moyennes surfaces spécialisées dans le sport, les loisirs, ou l'équipement de la maison.

UNE STRATÉGIE ET UN POSITIONNEMENT ADAPTÉS À CES RÉALITÉS

Dans un contexte concurrentiel qui s'accroît pour le commerce physique, l'enjeu pour les acteurs réside dans leur capacité à répondre, actif par actif, aux besoins des consommateurs locaux.

À mesure que les parcours client se complexifient, les acteurs gagnants, enseignes comme centres commerciaux, se distinguent par :

- un **positionnement clair** et une **identité forte**
- un accent mis sur la **transparence** et la **qualité des produits**
- une culture du commerce plus **local** et **responsable**
- une logistique **fluide** et **omnicanales**

C'est en ce sens que Mercialys développe ses actifs depuis sa création, construisant des destinations commerciales *leaders*.

La surperformance durable de la Société s'explique par sa proposition de valeur : offrir aux clients finaux des enseignes, *via* un réseau de centres commerciaux à taille humaine et solidement ancrés dans leur réalité locale, la certitude de trouver l'essentiel des produits qu'ils consomment, et pouvoir ainsi satisfaire immédiatement leurs besoins dans un acte d'achat rapide, simple et humain, à un juste rapport qualité/prix.

3 savoir-faire historiques générateurs d'avantages concurrentiels

SAVOIR-FAIRE IMMOBILIER

Un portefeuille d'actifs immobiliers évolutifs et modulaires.

SAVOIR-FAIRE COMMERCIAL

Un concept commercial adaptatif et omnicanal

SAVOIR-FAIRE RSE

Une puissante dynamique responsable avec un fort ancrage territorial

5 nouveaux axes stratégiques pour inventer l'immobilier commercial de demain

La Société présente une capacité avérée d'innovation. Mercialys a en effet été précurseur d'une multitude de pratiques devenues ensuite sectorielles, telles que le Commerce Éphémère, l'identité commerciale unique, les programmes de fidélité dématérialisés, ou la réduction des surfaces des hypermarchés. Cette capacité à anticiper les tendances s'est incarnée en 2019 par la publication de 5 nouveaux axes stratégiques de transformation des sites. Ceux-ci visent à capitaliser sur les caractéristiques du portefeuille pour répondre au changement de paradigme du secteur. Déclinés en de nombreux chantiers opérationnels concrets, ils mobilisent l'ensemble des salariés réunis en équipes-projets pluridisciplinaires, avec une approche pragmatique en *test and learn*.

AXE 1 CONNAISSANCE ET PERSONNALISATION

Multiplier les interactions personnalisées avec les enseignes et les clients finaux, *via* le perfectionnement de l'écosystème digital et serviciel propriétaire de la Société.

AXE 2 ADAPTATION DE L'OFFRE ET DES SERVICES

Mieux diversifier l'offre des centres en y intégrant notamment plus de services, de loisirs et des circuits non-marchands, pour un parcours client enrichi et différenciant.

AXE 3 MULTIFONCTIONNALITÉ

Dépasser l'usage traditionnel des centres pour en faire des lieux de mixité fonctionnelle, valorisant des espaces jusqu'ici non destinés à la commercialisation et intégrant l'aspiration des parties prenantes locales à une limitation de l'étalement urbain.

AXE 4 ACTEUR DU DERNIER KILOMÈTRE

Développer des services intégrant les centres dans la chaîne logistique du dernier kilomètre, capitalisant sur la maturité digitale de Mercialys pour catalyser la dimension omnicanale des sites.

AXE 5 ANCRAGE MULTI-LOCAL

Inscrire les centres dans une approche du commerce et de la consommation plus responsable et durable, localement adaptée, en explorant des concepts alternatifs et en multipliant les événements extra-commerciaux sur site pour en consolider la légitimité et la centralité.

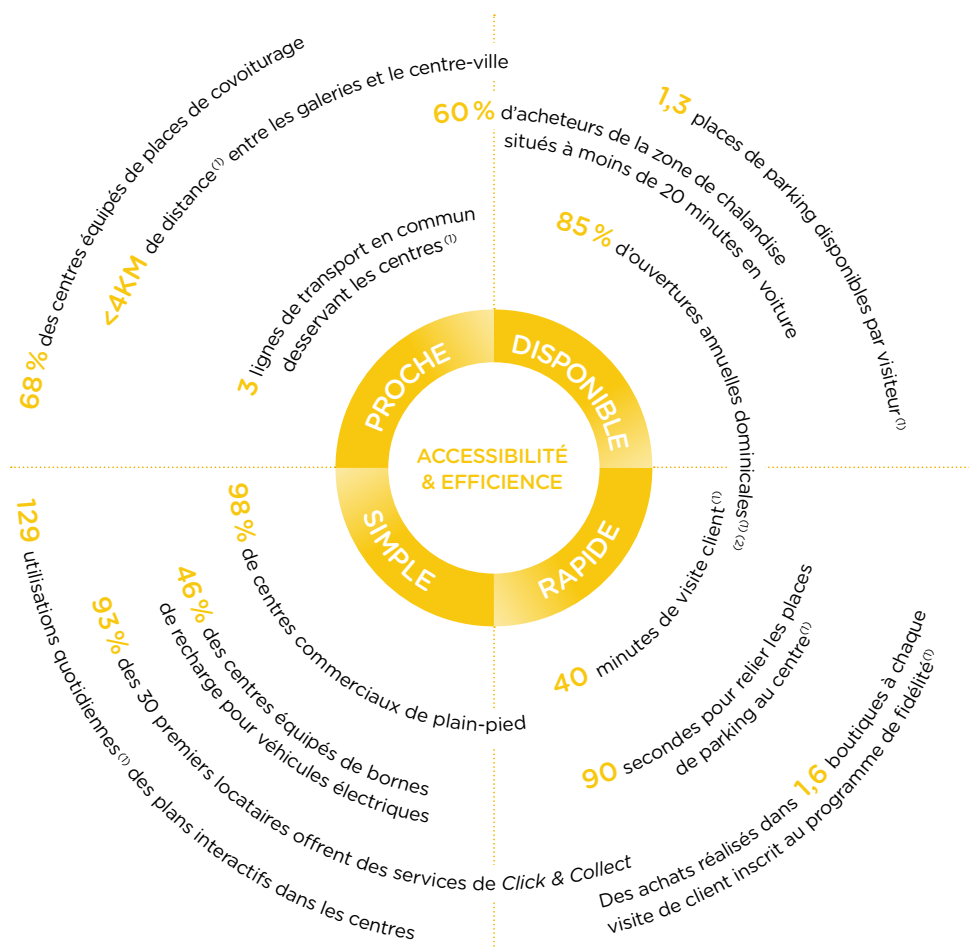
SAVOIR-FAIRE IMMOBILIER

Un portefeuille d'actifs immobiliers évolutif et modulaire

Le premier avantage concurrentiel de Mercialis réside dans son savoir-faire immobilier éprouvé, lui permettant de détenir un portefeuille d'actifs *leaders*. La conception de ses centres répond aux spécificités urbanistiques des agglomérations de taille intermédiaire et repose sur deux facteurs clés de succès caractéristiques d'un parcours d'achat simple et sans friction : l'accessibilité et l'efficacité.

L'ACCESSIBILITÉ passe par la conception des sites mais également par leur position géographique privilégiée. Ainsi, les actifs de Mercialis sont toujours situés au cœur de leur zone de chalandise primaire et non loin des centres-villes, sont extrêmement bien desservis, proposent des horaires d'ouverture étendus, un stationnement optimisé, un fléchage précis au sein des galeries, etc.

L'EFFICACITÉ fait référence tant à l'efficacité de l'acte d'achat permise par ces actifs qu'à la capacité de Mercialis à les faire évoluer rapidement. Leur modularité leur permet de toujours répondre au mieux aux besoins des enseignes et des clients finaux, asseyant leur position centrale au sein de leur zone de chalandise.



(1) En moyenne. / (2) Dont GSA.

Pour alimenter son excellence immobilière, Mercialis mène depuis des années une stratégie dynamique de rotation d'actifs. Celle-ci consiste à arbitrer des sites, en cédant ceux arrivés à maturité selon les critères de la Société, et en réinvestissant de façon sélective sur ceux présentant un potentiel de développement résiduel. Ce recyclage du capital permet à Mercialis d'assurer son développement, tout en maintenant un niveau d'endettement mesuré. À fin décembre 2019, le portefeuille de la Société intègre 58 actifs, valorisés 3 634,4 millions d'euros droits inclus. Ses centres commerciaux présentent une taille moyenne de 17 172 m² et une valeur moyenne de 73,9 millions d'euros droits inclus, en hausse sensible depuis 2005.

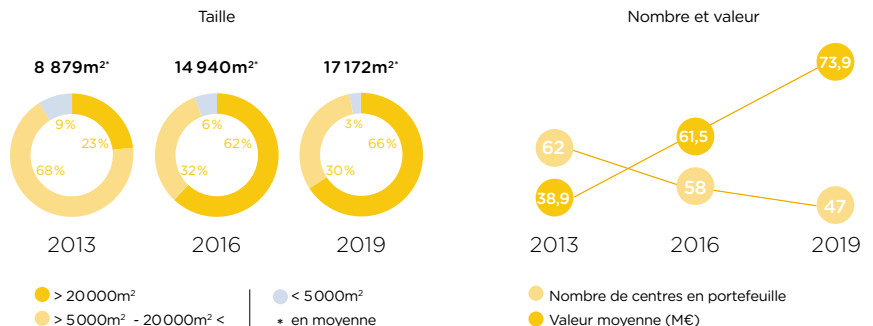
Ce portefeuille est essentiellement constitué de sites :

- *leaders* ou *co-leaders* sur leur zone de chalandise, i.e. appartenant aux zones maîtresses de consommation des agglomérations ;
- situés dans des régions dynamiques de France métropolitaine et d'outre-mer ;
- présentant un potentiel de développement immobilier et commercial.

Ce recentrage du patrimoine autour d'un nombre limité de centres présentant une taille critique permet la mise en place d'une gestion d'actifs optimisée à l'origine également du *leadership* sectoriel de Mercialis en termes de rentabilité.

RÉPARTITION DES CENTRES COMMERCIAUX DE MERCIALYS

(en % de leur valeur droits inclus)



CARACTÉRISTIQUES DES ZONES D'IMPLANTATION DES CENTRES COMMERCIAUX DE MERCIALYS

86 %⁽¹⁾
proportion de centres
situés au sein de la 1^{re} ou 2nde
zone commerciale de leur
zone de chalandise

(1) De la valeur d'expertise
droits inclus.

	Croissance démographique ⁽¹⁾	Croissance du revenu disponible brut par habitant ⁽¹⁾
Exposition géographique de Mercialis ⁽²⁾	+6,95 %	+18,13 %
Moyenne France ⁽³⁾	+5,00 %	+15,76 %
Surperformance	195 pb	237 pb

(1) Sur la période 2005-2015, dernières données intégralement disponibles de l'Insee. / (2) Pondérée par les surfaces. / (3) France métropolitaine.

Guidée par la création de valeur, Mercialis investit de manière toujours sélective et rationnelle. Ses projets de développement suivent une stricte logique de renforcement de la commercialité des sites et de consolidation de leur position dominante. La Société dispose à fin 2019 d'un portefeuille de projets profond et flexible de 468,6 millions d'euros, articulé autour de :

- projets de requalification d'espaces

commerciaux (réduction notamment d'espaces d'hypermarchés pour y installer de nouvelles boutiques et moyennes surfaces) ;

- projets de création de nouvelles surfaces commerciales (extension de galeries, construction de *retail parks* et de *food courts*) ;
- projets urbains mixtes (rénovation et redéveloppement d'actifs commerciaux existants autour d'une mixité fonctionnelle et programmatique).

Des projets portant sur **26 DES 53** centres commerciaux et actifs de centre-ville de la Société.

Des projets **SÉCABLES** et **PHASABLES**, permettant des mises en chantier et des délais d'exécution rapides.

Des projets exclusivement sur des sites **EXISTANTS** (*brownfield*), présentant un profil de risque totalement **MAÎTRISÉ**.

PORTEFEUILLE DE PROJETS DE DÉVELOPPEMENT DE MERCIALYS

(en millions d'euros)

	Investissement total	Rendement net cible	Date de livraison
Projets engagés	11,3	7,1 %	2020
Projets maîtrisés	218,9	6,8 % ⁽¹⁾	2021/25
Projets identifiés	238,4	7,0 % ⁽¹⁾	2022/26
Total des projets	468,6	6,9 % ⁽¹⁾	2020/26

(1) Hors impact des projets urbains mixtes, pouvant également générer des marges de promotion immobilière.

SAVOIR-FAIRE COMMERCIAL

Un concept commercial adaptatif et omnicanal

Le deuxième avantage concurrentiel de Mercialys réside dans son savoir-faire commercial, qui vise à assurer la parfaite adéquation de son offre de produits et services avec les besoins des enseignes et des clients finaux. Elle s'appuie sur deux facteurs clés de succès majeurs : l'équilibre et l'adaptabilité.

L'ÉQUILIBRE se réfère tout d'abord à la présence d'une offre *core* de produits grands publics (i.e. des 20% des références consommées 80% du temps) sur les sites de Mercialys, visant à satisfaire l'essentiel des besoins clients dans le respect de l'accessibilité prix/produits centrale aux arbitrages de consommation. Il se retrouve également dans la constitution de *mix* marchands diversifiés, tant en termes d'exposition sectorielle qu'à une typologie d'enseignes ou à une marque spécifique, conférant une forte résilience aux actifs.

L'ADAPTABILITÉ caractérise la capacité de ces *mix* à évoluer selon les besoins changeants des zones de chalandise, des habitudes de consommation, des périodes de l'année, etc. Le Commerce Éphémère constitue sur ce point une source intarissable d'innovation commerciale et de différenciation des centres, en complément des baux traditionnels. Par une rotation régulière des locataires et des concepts, il contribue à dynamiser les *mix* marchands, garantissant de nouvelles découvertes à chaque visite. L'adaptabilité c'est également la compréhension et la satisfaction par Mercialys des attentes des clients de manière toujours plus précise et individualisée.

Répartition des loyers contractuels en base annualisée par secteur d'activité

Équipement de la personne	31%
Grandes surfaces alimentaires	26%
Culture, cadeaux et sport	14%
Santé et beauté	11%
Restauration	8%
Équipement du ménage	6%
Services	3%



(1) En moyenne. / (2) En conformité avec le Règlement général sur la protection des données (RGPD).

L'excellence commerciale

de Mercialys se nourrit d'une anticipation des dynamiques des zones de chalandise et de l'appréhension toujours plus fine des attentes des consommateurs permise notamment par le développement d'outils digitaux. La Société dispose à ce titre d'un puissant écosystème omnicanal placé sous la marque unique ombrelle de ses sites : G La Galerie. Cet écosystème intègre une plateforme centralisée de marketing et de services à destination des enseignes et des clients finaux. Il permet de faire converger les parcours d'achat physique et digital, constituant un outil robuste de captation des attentes, d'analyse prédictive, d'affinage du parcours client, de communication personnalisée, de fidélisation et de fluidification des échanges entre Mercialys, les enseignes et les consommateurs. Il complète les nombreuses animations et actions marketing physiques menées dans les galeries, le tout pour un coût très inférieur à celui d'une approche individualisée par centre. L'ensemble des outils marketing et serviciels de Mercialys sont par ailleurs propriétaires, permettant à la Société de s'affranchir de l'escalade des dépenses nécessaires pour acheter du trafic auprès des géants de l'Internet (GAFAs⁽¹⁾).

G La Galerie

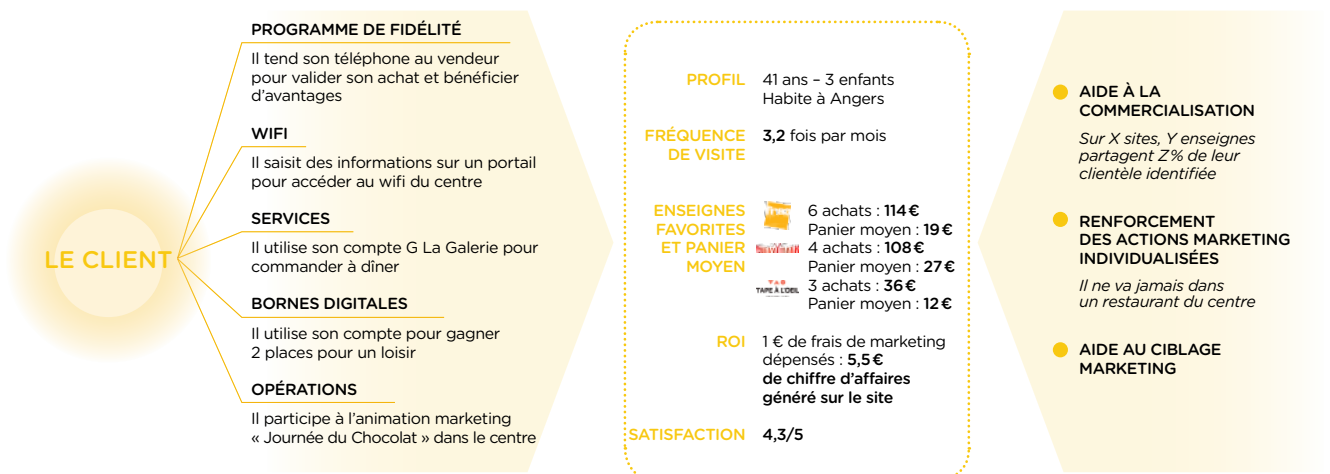
- Un concept architectural et une marque **UNIQUE**
- Des **SERVICES** et un **ÉCOSYSTÈME DIGITAL** intégré B to B et B to C
- Des campagnes marketing **NATIONALES** autour d'une identité forte avec une déclinaison **LOCALE** des événements et animations

L'écosystème G La Galerie permet de développer une connaissance extrêmement fine des besoins clients et donc d'individualiser l'offre commerciale qui leur est adressée. Ceci assure une meilleure satisfaction de leurs attentes et une expérience d'achat plus engageante, au service de la fréquentation des centres, de leur différenciation et du chiffre d'affaires des enseignes. Comme illustré par le schéma ci-dessous, les actions marketing de Mercialys visent à profiter de chaque point de contact avec un client, physique comme digital, pour collecter des informations et enrichir son profil⁽²⁾. À ce jour, Mercialys connaît 20% en moyenne des clients uniques de chaque zone de chalandise pour les 33 centres pleinement équipés du dispositif G La Galerie. Cette connaissance clients repose sur de nombreux critères et notamment la fréquence de visite, le niveau de satisfaction et les enseignes fréquentées. Depuis 2018, Mercialys peut également avoir accès aux paniers moyens d'achat des clients, quelle que soit l'enseigne.

Cette amélioration de la compréhension des attentes et habitudes constitue un vecteur puissant d'augmentation de la fidélité des clients. Ces données permettent en effet un ciblage fin dans le cadre des communications sur les animations des centres et offres spécifiques des enseignes, améliorant les taux de retour clients en magasin.

Par ailleurs, la base de données de Mercialys permet d'apprécier le trafic des centres boutique par boutique. Chaque centre est en effet en mesure de partager avec ses locataires les analyses statistiques de sa base de données, afin de préparer des actions marketing ciblées pertinentes pour chaque boutique, ses clients ou ses prospects, bénéficiant *in fine* à la fréquentation du site dans sa globalité.

CONNAÎTRE SES CLIENTS POUR MIEUX ADAPTER L'OFFRE ET RÉPONDRE À LEURS BESOINS



Les clients... ... interagissent avec Mercialys via différents canaux qui transmettent des informations à une base de données centralisée...

... où s'affine l'identification des profils et des parcours de consommation pour améliorer les performances à la vente...

... cette connaissance clients est partagée avec les enseignes et en interne

(1) Google, Apple, Facebook et Amazon. / (2) En conformité avec le Règlement général sur la protection des données (RGPD).

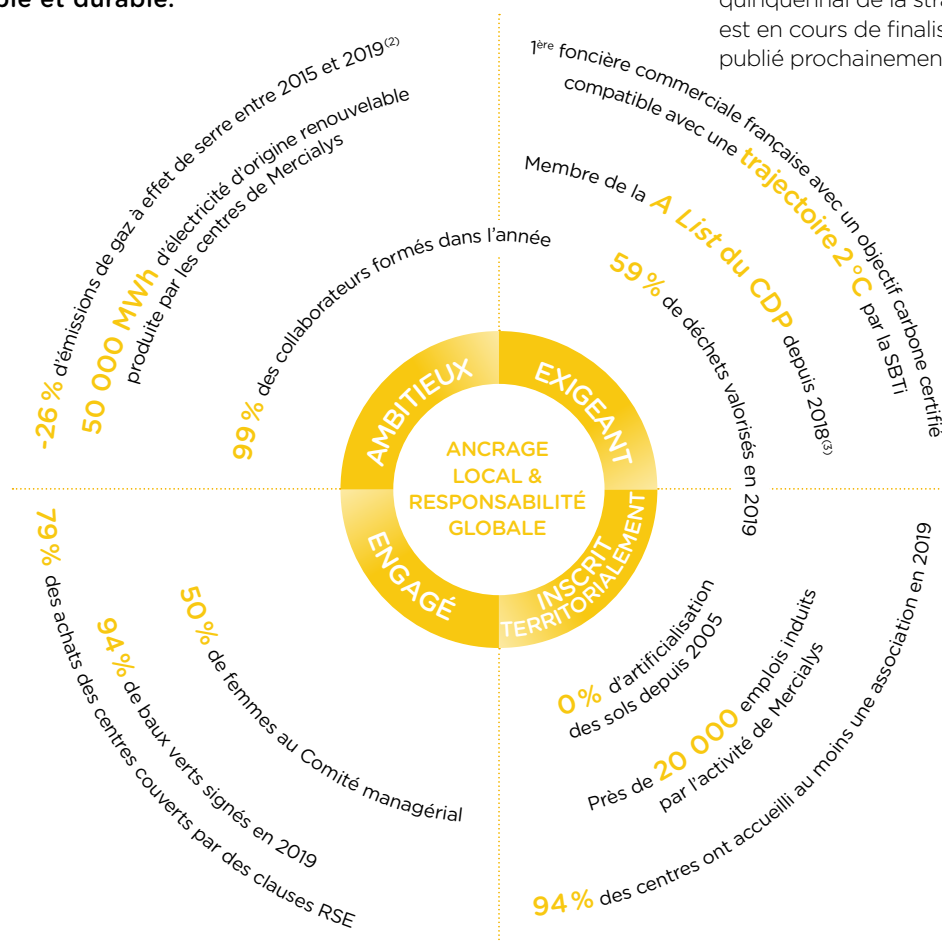
SAVOIR-FAIRE RSE

Une puissante dynamique responsable avec un fort ancrage territorial

Le troisième avantage concurrentiel de Mercialis naît de l'attention portée à l'ensemble de ses parties prenantes. Son positionnement au plus près des territoires lui permet en effet d'appréhender au mieux les problématiques et les attentes de la société civile. Avec une implantation dans une multitude de régions et de municipalités différentes à travers le pays, Mercialis est en mesure d'apprécier avec précision la pluralité des besoins et des réalités locales et ainsi toujours inscrire son action dans une dynamique responsable et durable.

L'ANCRAGE LOCAL fait référence au positionnement économique et social des centres commerciaux de Mercialis, qui se traduit notamment par la bonne compréhension des dynamiques socio-environnementales des différentes régions. Cette force permet à la Société d'identifier les enjeux et de saisir les opportunités de progrès et de création de valeur à moyen et long terme, consolidant toujours plus la légitimité et le *leadership* de ses centres au sein de leur zone de chalandise.

LA RESPONSABILITÉ GLOBALE se réfère à la stratégie RSE MERY'21 définie en 2015, qui apporte une réponse à des enjeux globaux à travers 10 chantiers couvrant les risques et opportunités que la Société doit adresser. Ces chantiers, ainsi que leurs objectifs fixés à horizon 2020 et leur contribution aux Objectifs du Développement Durable⁽¹⁾ sont présentés dans le tableau ci-contre. Si les solutions sont définies globalement, elles font l'objet, pour la plupart, d'une implémentation locale basée sur des plans d'actions opérationnels adaptés à la spécificité et à la réalité de chaque site. Le prochain plan quinquennal de la stratégie RSE est en cours de finalisation et sera publié prochainement.



(1) ODD : les Objectifs de Développement Durable adoptés par l'ONU en 2015, définissent 17 priorités pour un développement socialement équitable, sûr d'un point de vue environnemental, économiquement prospère, inclusif et prévisible à horizon 2030. / (2) Scopes 1 et 2 à périmètre constant, méthode location-based. / (3) Carbon Disclosure Project (CDP) : organisation internationale à but non lucratif qui étudie chaque année l'impact des principales entreprises cotées en bourse en matière d'émissions de CO₂ et de changement climatique.

CHANTIERS	OBJECTIFS	CONTRIBUTION AUX ODD
Énergie et gaz à effet de serre	• Réduire de - 20 % les consommations d'énergie par m² d'ici 2020 • Inscire son activité dans une trajectoire carbone compatible 2°C	
Adaptabilité et résilience des actifs	• Garantir l'adaptabilité des actifs • Faire progresser d'un niveau les actifs certifiés <i>BREEAM In-Use</i>	
Économie circulaire	• Valoriser 55 % des déchets en 2020 • Réduire de - 15 % les consommations d'eau	
Biodiversité	• Être un acteur de la biodiversité ordinaire	
Accessibilité et connectivité	• + 15 % de visiteurs venant en modes de transports alternatifs à la voiture essence individuelle • 80% des visiteurs ayant une image positive de l'accessibilité des centres de Mercialis	
Bien-être, santé et sécurité des clients	• 100 % des actifs avec un haut niveau de sécurité et de qualité sanitaire • Augmenter le confort et la qualité de vie dans les centres • Augmenter la satisfaction des visiteurs • Augmenter la satisfaction des locataires	-
Vie citoyenne et développement économique local	• Favoriser l'emploi local • Être un facilitateur du vivre ensemble	
Chaîne de valeur responsable	• 80 % des achats de plus de 10 milliers d'euros avec des clauses RSE • Sensibiliser la chaîne de valeur à la RSE	
Talents et diversité	• Détecter, attirer et retenir les talents • Lutter contre toutes les formes de discrimination	
Organisation et qualité de vie au travail	• Garantir la santé et la sécurité des collaborateurs • Développer l'engagement des collaborateurs	

MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE RSE

GOVERNANCE • Suivi par le Comité d'audit, des risques et du développement durable • Responsable RSE membre du Comité managérial • Correspondants RSE dans chacun des centres	IMPLICATION DES PARTIES PRENANTES • 27 % des collaborateurs formés à la RSE en 2019 • 95 % des gestionnaires immobiliers formés aux outils de pilotage RSE en 2019 • 93 % des centres ayant abordé la RSE au cours d'une réunion avec les enseignes locataires	MESURE DE LA PERFORMANCE • 90 % des centres disposant d'un suivi mensuel des principaux indicateurs environnementaux • 15 % de la rémunération variable annuelle et 20 % de la rémunération variable long terme des dirigeants associés à la RSE en 2020⁽¹⁾ • 100 % des collaborateurs cadres ayant des objectifs annuels RSE spécifiques à leur métier
---	---	---

(1) Sous réserve de l'approbation de la politique de rémunération 2020 par l'Assemblée générale.

UN CONSEIL D'ADMINISTRATION AUX MEILLEURS STANDARDS

La stratégie de Mercialis est impulsée par un Conseil d'administration qui s'inscrit dans les meilleures pratiques de place. Le Conseil s'interroge en effet régulièrement sur son fonctionnement et sur sa représentativité, afin de garantir aux actionnaires et au marché que ses missions sont toujours accomplies avec l'indépendance et l'objectivité nécessaires.

Professionnel, impliqué et majoritairement féminisé

Le Conseil d'administration de Mercialis a connu plusieurs évolutions au fil des ans qui lui ont permis de consolider les excellentes pratiques de la Société et de renforcer notamment sa capacité à développer une stratégie proactive et responsable. La baisse progressive de la participation du groupe Casino au sein du capital de Mercialis a notamment conduit à réduire sa représentation au Conseil, où il détient aujourd'hui 3 sièges sur 11. En février 2019, il a par ailleurs été décidé de dissocier les fonctions de Président du Conseil d'administration et de Directeur général. Au 12 février 2020, date d'arrêtés des comptes de l'exercice 2019, le Conseil d'administration est composé de 11 administrateurs, dont 7 indépendants et 6 femmes.

56 ANS
d'âge moyen
à fin 2019

5,6 ANS
d'ancienneté
moyenne
à fin 2019

63,6 %
d'administrateurs
indépendants à fin 2019

54,5 %
d'administrateurs
femmes à fin 2019

100 %
d'administrateurs
français à fin 2019⁽¹⁾

11
membres

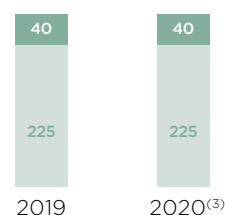
86 %
de taux de présence
en 2019

8
réunions
en 2019

Rémunération du Président du Conseil d'administration

La rémunération du Président du Conseil d'administration, M. Éric Le Gentil, est constituée de sa rémunération en qualité d'administrateur et d'une rémunération fixe au regard des missions qui lui sont confiées en dehors des attributions générales prévues par la loi⁽²⁾. Il ne perçoit aucune rémunération variable en numéraire ou en titres.

ÉVOLUTION DE LA POLITIQUE
DE RÉMUNÉRATION DU PRÉSIDENT
DU CONSEIL D'ADMINISTRATION
(en milliers d'euros)



● Rémunération fixe ● Rémunération en qualité d'administrateur⁽⁴⁾

(1) Conformément à l'exposition géographique exclusivement française de la Société. / (2) Notamment assurer les relations avec les principaux actionnaires et partenaires financiers et/ou industriels de la Société et participer à l'élaboration de la stratégie et au suivi de sa mise en œuvre. / (3) Sous réserve de l'approbation de la politique de rémunération 2020 par l'Assemblée générale. / (4) Pour une assiduité de 100 %.

DOMAINES DE COMPÉTENCES

ÉRIC LE GENTIL

Président du Conseil d'administration

STÉPHANIE BENSIMON

Administratrice indépendante

VICTOIRE BOISSIER

Administratrice indépendante

ÉLISABETH CUNIN

Administratrice indépendante

DOMINIQUE DUDAN

Administratrice indépendante

JACQUES DUMAS ⁽¹⁾

Administrateur non-indépendant

DAVID LUBEK

Représentant permanent de La Forézienne de Participations, Administrateur non-indépendant

INGRID NAPPI ⁽²⁾

Administratrice indépendante

PASCALE ROQUE

Administratrice indépendante

MICHEL SAVART ⁽¹⁾

Administrateur non-indépendant

BRUNO SERVANT

Représentant permanent de Generali Vie, Administrateur indépendant

Immobilier
Construction
Urbanisme

Juridique
Ressources
Humaines

Gestion
de sociétés

Distribution
Hôtellerie

Recherche

Finance
Comptabilité

Assurance

Autres⁽³⁾

INVITÉS PERMANENTS

VINCENT RAVAT

Directeur général

ÉLIZABETH BLAISE

Directrice générale déléguée

Avec des mandats de 3 ans, renouvelés par tiers, et une intégration régulière de nouveaux administrateurs, le Conseil d'administration de Mercialis affirme son engagement en matière de diversité et de renouvellement de ses compétences.

Ce panel de membres expérimentés garantit une approche professionnelle et avisée de l'ensemble des problématiques rencontrées par la Société et constitue une source d'innovation et de clairvoyance stratégique.

(1) Renouvellement du mandat proposé à l'Assemblée générale 2020. / (2) Non-renouvellement du mandat proposé à l'Assemblée générale 2020. / (3) Dont notamment Informatique et RSE.

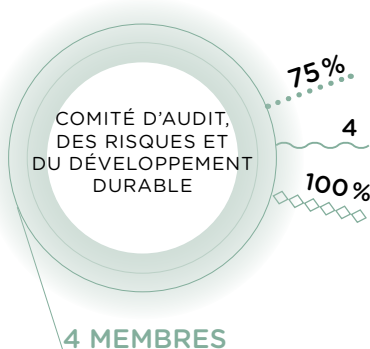
TROIS COMITÉS SPÉCIALISÉS

Le Conseil d'administration de Mercialys est assisté par trois Comités spécialisés, dont il a défini les attributions et modalités spécifiques de fonctionnement. Ces Comités sont composés exclusivement d'administrateurs, nommés par le Conseil d'administration au regard de leur formation et expérience.

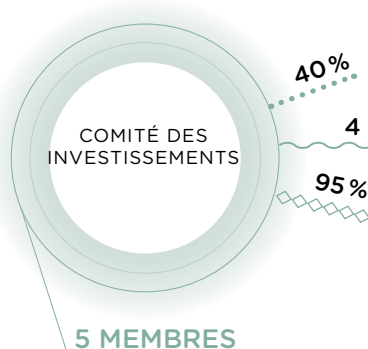
Experts et assidus

Les trois Comités spécialisés qui assistent le Conseil d'administration sont le Comité d'audit, des risques et du développement durable, le Comité des investissements et le Comité des nominations et des rémunérations. Tous présidés par des administratrices indépendantes, leur composition garantit la représentativité, l'indépendance et l'expertise des membres, au service d'une gestion objective de Mercialys et d'une stratégie différenciante.

COMPOSITION DES COMITÉS SPÉCIALISÉS

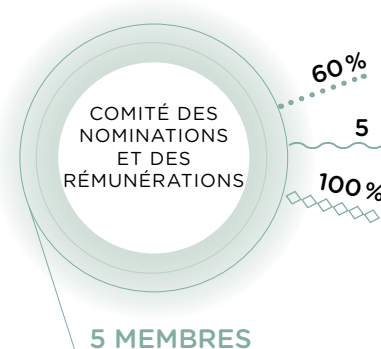


MME STÉPHANIE BENSIMON
(Présidente)
MME INGRID NAPPI
MME PASCALE ROQUE
M. MICHEL SAVART



MME DOMINIQUE DUDAN
(Présidente)
M. ÉRIC LE GENTIL
M. DAVID LUBEK
M. MICHEL SAVART
M. BRUNO SERVANT

1 INVITÉ PERMANENT
M. VINCENT RAVAT
Directeur général



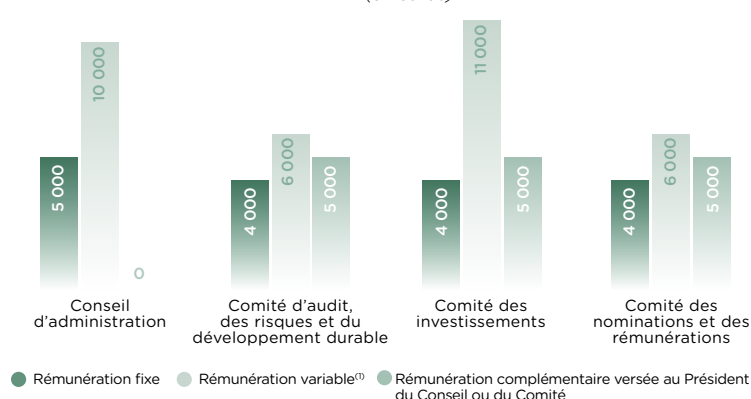
MME ÉLISABETH CUNIN
(Présidente)
MME VICTOIRE BOISSIER
MME DOMINIQUE DUDAN
M. JACQUES DUMAS
M. ÉRIC LE GENTIL

..... Taux d'administrateurs indépendants ~~~~~ Nombre de réunions en 2019 ◇◇◇◇◇ Taux d'assiduité

Rémunération des administrateurs

En contrepartie de leur expertise et de leur implication dans la bonne gouvernance de la Société, les administrateurs de Mercialys perçoivent une rémunération. Celle-ci se veut équilibrée, vertueuse et inscrite dans l'intérêt social de l'entreprise. La politique de rémunération des administrateurs se conforme d'ailleurs rigoureusement aux recommandations du Code AFEP-MEDEF et Mercialys prend toutes les mesures nécessaires pour éviter les situations potentielles de conflit d'intérêt.

POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION DES ADMINISTRATEURS (en euros)



(1) Pour 100% d'assiduité, la rémunération variable des administrateurs étant basée sur leur taux de présence effective individuelle au Conseil d'administration et aux Comités spécialisés.

UN ACTIONNARIAT ÉQUILIBRÉ ET ENGAGÉ

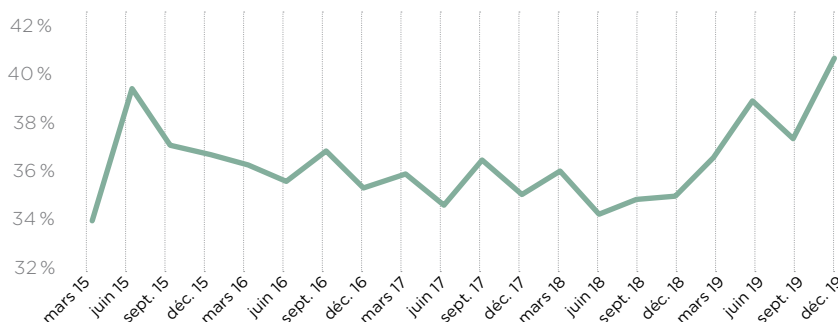
Mercialys est cotée sur le compartiment A d'Euronext Paris sous le symbole MERY et l'ISIN FR0010241638 depuis son introduction en bourse le 12 octobre 2005. La Société est membre du SBF 120, de plusieurs indices spécifiques au secteur de l'immobilier (EPRA⁽¹⁾, IEIF⁽²⁾) et de l'indice ISR Gaïa.

La Société présente une base actionnariale stable, caractérisée par la présence d'un actionnaire industriel significatif, le groupe

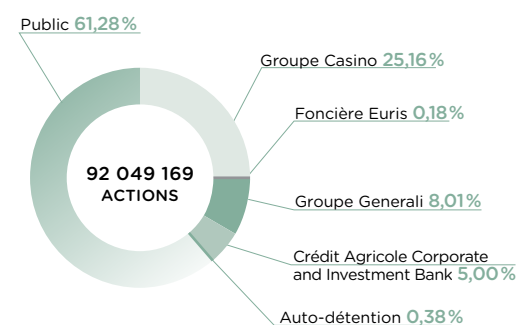
Casino. Sa bonne compréhension des dynamiques du commerce et des enjeux de l'immobilier permet notamment à Mercialys le déploiement d'une stratégie en adéquation avec les temps structurellement longs de l'immobilier, et la prise en compte des problématiques RSE, de l'éthique et des attentes de l'ensemble des parties prenantes, pour une croissance pérenne et mieux partagée.

L'actionnariat de Mercialys n'en demeure pas moins largement ouvert et diversifié. Le capital flottant, désormais supérieur à 60%, assure une excellente liquidité aux titres de la Société et la capacité pour les actionnaires de constituer des positions significatives. Les 33 premiers actionnaires de Mercialys⁽³⁾ détiennent d'ailleurs, au 31 décembre 2019, plus de 40% du capital et droits de vote, nombre d'entre eux étant actionnaires depuis des années.

ÉVOLUTION DE LA PART DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE DÉTENUE PAR LES 33 PREMIERS ACTIONNAIRES



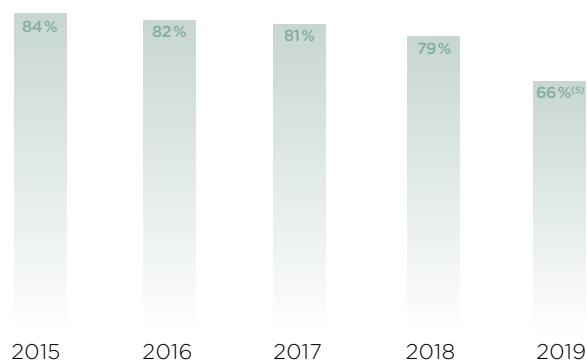
RÉPARTITION DU CAPITAL AU 31 JANVIER 2020⁽⁴⁾



Par ailleurs, en appliquant la règle « une action, une voix », Mercialys assure un traitement identique à l'ensemble de ses actionnaires, d'où il résulte un taux de participation à l'Assemblée générale très élevé chaque année. La Société veille tout particulièrement à :

- 1/ **conformer** ses résolutions aux recommandations des agences de conseil en vote (*proxies*) ;
- 2/ **assurer** un dialogue régulier et proactif avec ses actionnaires ;
- 3/ **faciliter** l'expression actionnariale, via notamment le dépôt simplifié de questions et de résolutions et la possibilité de voter électroniquement.

ÉVOLUTION DU POURCENTAGE D'ACTIONNAIRES PRÉSENTS, REPRÉSENTÉS OU AYANT VOTÉ PAR CORRESPONDANCE LORS DES DERNIÈRES ASSEMBLÉES GÉNÉRALES ORDINAIRES



(1) European Public Real Estate Association. / (2) Institut de l'Épargne Immobilière et Foncière. / (3) Hors groupe Casino, groupe Generali et titres résiduels en cours de cession par Crédit Agricole Corporate and Investment Bank. / (4) Sur la base des déclarations de franchissements de seuils réalisées auprès de l'AMF en janvier 2020. / (5) Les 15% du capital de Mercialys cédés par le groupe Casino à Crédit Agricole, dans le cadre d'un contrat d'*equity swap*, ont constitué une position non-votante en 2019, la banque traitant la détention de ces titres comme une position de couverture.

UN DIALOGUE RÉGULIER AVEC LES PARTIES PRENANTES

L'activité de Mercialys l'inscrit dans un important écosystème de parties prenantes avec lesquelles elle noue des relations solides et entretient un dialogue régulier. Cette dynamique permet d'intégrer aux réflexions stratégiques de la Société les attentes exprimées par son écosystème et les enjeux économiques, sociaux, sociétaux, environnementaux et de gouvernance les plus matériels dans une perspective de création de valeur pérenne et partagée. Ce dialogue est également une opportunité de constituer des partenariats de long terme et plus largement de s'inscrire dans un processus d'innovation et d'amélioration continues.

- Satisfaction
- Fidélité
- Confort
- Sécurité
- Avis



- Eco-système digital (*Programme Fidélité, sites Internet, application mobile, bornes digitales*)
- Pages Facebook / Google / TripAdvisor
- Enquêtes de satisfaction
- Contacts des directions de centre
- Newsletter
- E-mails

VISITEURS & CLIENTS FINAUX

ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES ET CONCURRENTS

- Partage de bonnes pratiques
- Études et *benchmarks*
- Veille réglementaire
- Valorisation du secteur



- Participation aux commissions
- Participation à la gouvernance des instances de place

ENSEIGNES LOCATAIRES

- Performance commerciale
- Attractivité
- Différenciation
- Fidélisation
- Collaboration
- RSE



- Enquêtes de satisfaction
- Réunions avec les commerçants
- La Galerie des Services
- Salesforce (CRM)
- Visites sur sites des projets
- Salons professionnels (SIEC, MAPIC)

Principaux enjeux

Modalités de dialogue

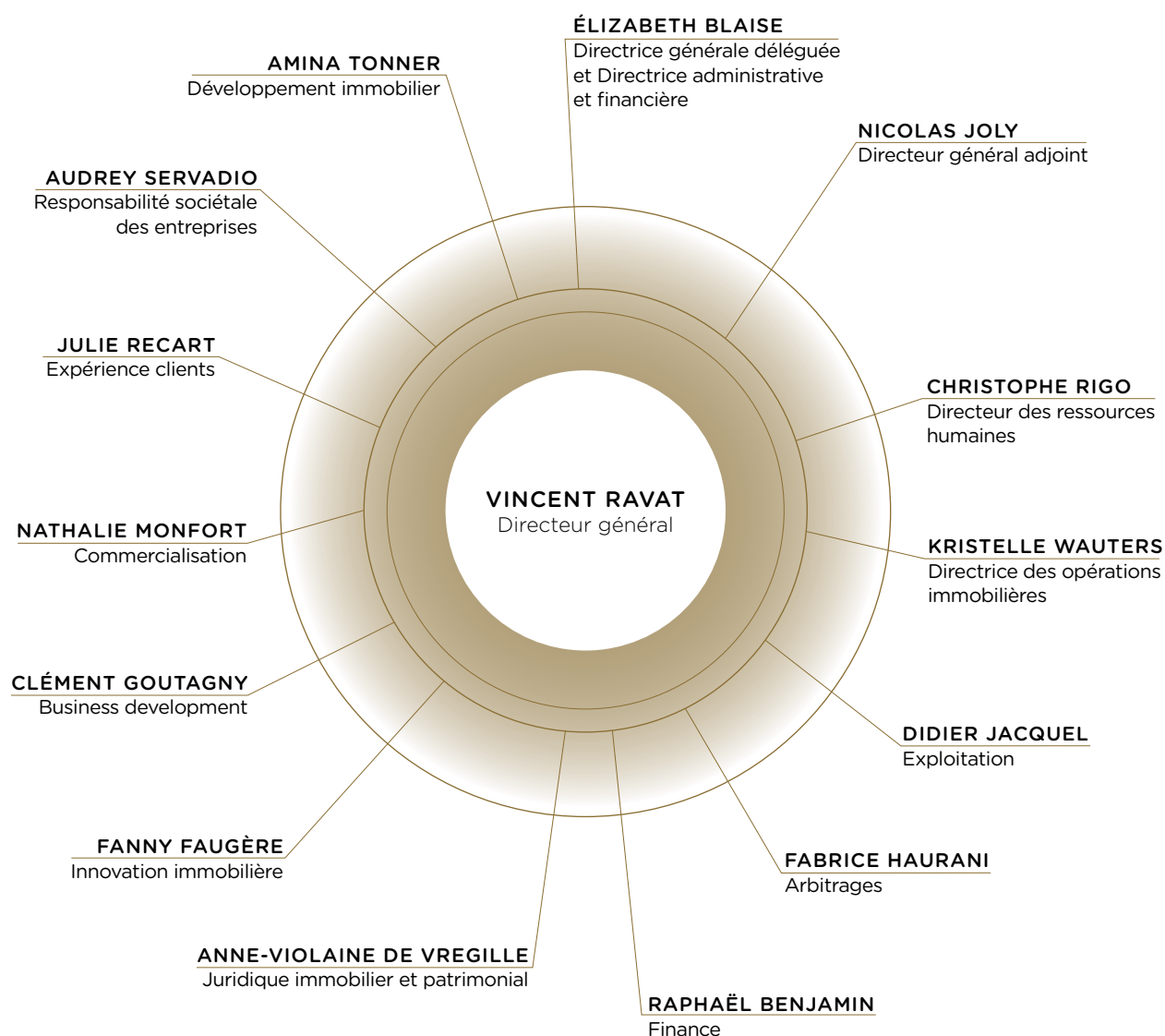


UN COMITÉ MANAGÉRIAL AU SERVICE DE L'EXÉCUTION DE LA STRATÉGIE

Pluridisciplinaire, majoritairement féminisé et proche du terrain

Mercialys a fait évoluer son instance de direction en 2019, au profit d'un Comité managérial pluridisciplinaire et inclusif, avec une très forte sensibilité opérationnelle et représentation féminine. La Société a obtenu à ce titre la 1^{ère} place au sein du SBF 120 des classements « Le Point » et « L'Express » de féminisation des comités de direction et instances dirigeantes.

Le Comité managérial est constitué de 15 personnes au 12 février 2020, date d'arrêté des comptes de l'exercice 2019. Cette nouvelle composition élargie permet d'assurer une juste représentativité et expression des compétences dont dispose la Société. L'ensemble des membres présentent tous une bonne compréhension des enjeux métiers et sectoriels. Leurs âges, parcours et expériences professionnelles variés sont source de nombreux échanges et réflexions. La complémentarité de leurs expertises, alliée à leur polyvalence et leur proximité du terrain, renforce la flexibilité organisationnelle.



Une politique de rémunération des dirigeants équilibrée, vertueuse et alignée sur la stratégie

Mercialys dispose d'une politique de rémunération des dirigeants de nature à contribuer à la création de valeur à court comme à long terme de la Société. Celle-ci respecte les recommandations du Code AFEP-MEDEF et repose sur trois principes :

UNE RECONNAISSANCE OBJECTIVE DE LA PERFORMANCE

- Prépondérance de la part variable sur la part fixe au sein de la rémunération totale
- Prépondérance de critères quantifiables au sein de la part variable annuelle et long terme

UNE VALORISATION DES DIMENSIONS EXTRA-FINANCIÈRES

- Présence de critères RSE quantifiables dans la part variable annuelle
- Présence d'un critère RSE quantifiable dans la part variable long terme⁽¹⁾

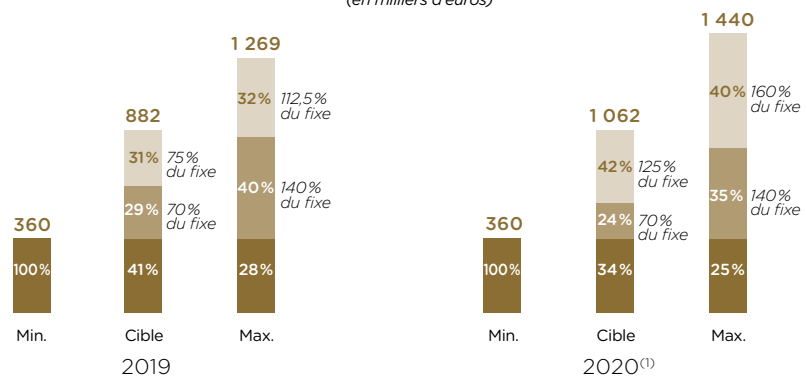
UNE CONVERGENCE DES INTÉRÊTS INTERNES ET EXTERNES

- Alignement des intérêts des dirigeants et des actionnaires : part variable long terme payée sous forme d'actions, soumises à des critères de performance, de présence et de détention
- Équité interne : écarts de rémunération entre dirigeants et salariés mesurés et stables dans le temps

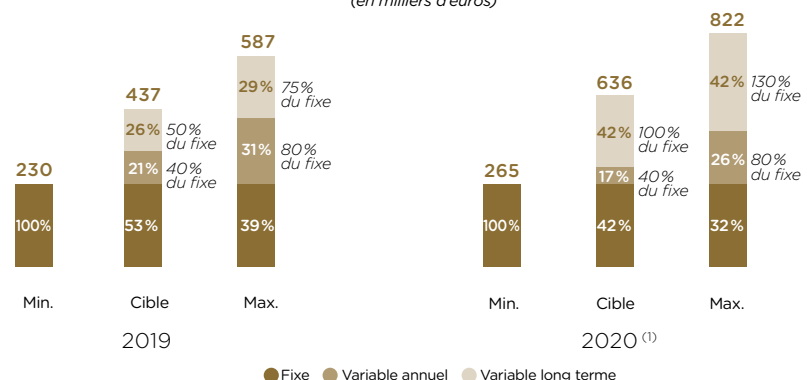
La politique de rémunération (*ex ante*) et le versement des rémunérations (*ex post*) sont arrêtés annuellement par le Conseil d'administration après consultation du Comité des nominations et des rémunérations. Ils sont soumis au vote de l'Assemblée générale annuelle des actionnaires, conformément à la réglementation en vigueur. La rémunération des dirigeants est essentiellement constituée d'une part fixe, d'une part variable annuelle et d'une part variable long terme. Les critères, objectifs et seuils retenus pour déterminer les parts variables sont motivés et exigeants. Le niveau de rémunération des dirigeants est par ailleurs raisonnable au regard des excellents résultats générés chaque année par Mercialys, de leur expérience et du niveau de rémunération des collaborateurs.

STRUCTURE DE LA RÉMUNÉRATION

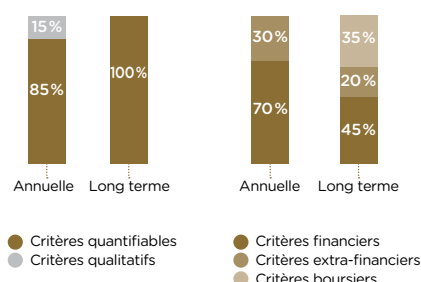
M. VINCENT RAVAT, DIRECTEUR GÉNÉRAL
(en milliers d'euros)



MME ÉLIZABETH BLAISE, DIRECTRICE GÉNÉRALE DÉLÉGUÉE⁽²⁾
(en milliers d'euros)



CRITÈRES DE RÉMUNÉRATION VARIABLE 2020 DES DIRIGEANTS⁽¹⁾



RATIOS D'ÉQUITÉ⁽³⁾ ET TAUX D'APPROBATION DE LA POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION

	Moyenne 2019	Médiane 2019	Taux de vote en faveur de la politique de rémunération 2019
Directeur général	11,05	12,68	97,4 %
Directrice générale déléguée	6,72	7,71	96,4 %

(1) Sous réserve de l'approbation de la politique de rémunération 2020 par l'Assemblée générale. / (2) La Directrice générale déléguée ayant conservé ses fonctions de Directrice administrative et financière, sa rémunération est répartie pour moitié au titre de son mandat social et pour moitié au titre de son contrat de travail. / (3) Méthodologie de calcul détaillée dans le Document d'enregistrement universel.

UNE GESTION DES RISQUES SOUCIEUSE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE L'ÉTHIQUE DES AFFAIRES

Mercialys s'attache à maîtriser son profil de risques et à inscrire ses activités dans les meilleurs standards de déontologie professionnelle. L'ensemble de son dispositif de contrôle interne et de gestion des risques vise à assurer l'atteinte des objectifs établis par la Direction, en préservant l'avenir de la Société et le complet respect des principes éthiques.

Organisation et démarche

Mercialys inscrit la gestion de ses risques dans une approche communautaire et collaborative. La Société a placé son dispositif de maîtrise des risques tant au cœur de sa stratégie que de ses opérations : son pilotage est assuré par un Comité de prévention des risques (CPR) rattaché à la Direction générale et l'ensemble des

collaborateurs assure la déclinaison des mesures opérationnelles. Le CPR exerce en lien direct avec le Comité d'audit, des risques et du développement durable, qui prend régulièrement connaissance des moyens en place et exprime des recommandations sur les travaux d'audit effectués.

MISSIONS DU COMITÉ DE PRÉVENTION DES RISQUES

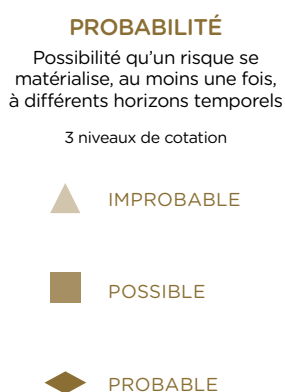
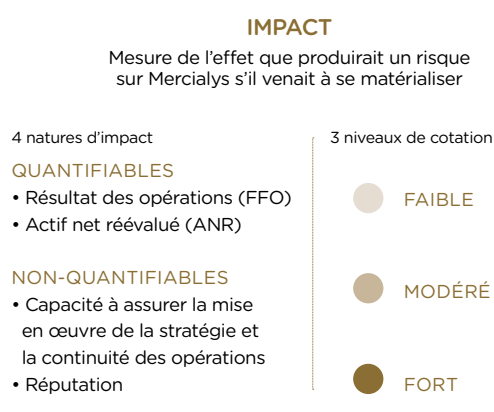
IDENTIFIER
et recenser
les risques

ÉVALUER
les procédures
existantes et
mettre en place
d'éventuelles actions
correctives

CONTRÔLER
la bonne mise
en application des
procédures par les
opérationnels

Cartographie des risques

L'outil essentiel du pilotage des risques par le CPR est la cartographie, qui recense l'ensemble des risques auxquels Mercialys est exposée. 55 risques ont été identifiés et sont répartis, conformément aux orientations de l'ESMA⁽¹⁾, en catégories. Mercialys en a établi 8. Afin d'assurer un suivi et une gestion pragmatique de ses risques, la Société les a hiérarchisés selon leur priorité. Ce système de hiérarchisation repose sur une notation qui intègre les deux dimensions de la matrice de cartographie : l'impact du risque et sa probabilité d'occurrence.



La cartographie est mise à jour régulièrement. Une veille active et des échanges fréquents avec les collaborateurs permettent de monitorer l'évolution des risques en fonction du contexte dans lequel évolue Mercialys et d'adapter rapidement et efficacement, si besoin est, les niveaux et dispositifs de couverture. Ils visent également à l'identification proactive de nouveaux risques.

(1) ESMA31-62-1293 FR « Orientations sur les facteurs de risque dans le cadre du règlement Prospectus ».

Risques prioritaires

Mercialys cote des risques nets. Les risques prioritaires présentent soit un impact *modéré* avec une probabilité *probable*, soit un impact *fort* avec une probabilité *possible* ou *probable*. 8 d'entre eux, parmi les 55 identifiés, répondent à ces critères. Ils appartiennent à 3 catégories et sont présentés ci-dessous.

CATÉGORIE	8 RISQUES	IMPACT	PROBABILITÉ	TENDANCE
Risques liés au secteur	- Risque portant sur le taux de capitalisation, la valeur du patrimoine et la liquidité des actifs immobiliers sur le marché - Risque lié à la concurrence - Risque lié aux nouveaux modes de consommation	ANR ● FFO ● FFO ●	◆ ■ ■	→ → →
Risques liés à l'activité	- Risque lié aux arbitrages des enseignes et à la recommercialisation - Risque lié à la sécurité des opérations et à une dégradation du patrimoine - Risque lié aux acquisitions et constructions - Risque lié aux principaux prestataires	FFO ● Réputation ● ANR ● Mise en œuvre de la stratégie et de la continuité des opérations ●	◆ ■ ■ ◆	↗ → → ↘
Risques liés à la situation financière	Risque portant sur les taux d'intérêt, le coût de la dette, la liquidité et le financement	FFO ●	◆	↗

SYNTHÈSE DU DISPOSITIF DE MAÎTRISE DES RISQUES

PRINCIPES	OBJECTIFS	ACTEURS	OUTILS	RÉSULTATS
- Approche collaborative - Mise en place opérationnelle rapide - Processus interactif - Démarche préventive	- Identifier - Surveiller - Mesurer - Piloter	- Comité d'audit, des risques et du développement durable - Direction générale - Comité de prévention des risques - Directeur de l'éthique et de la conformité - Responsables opérationnels - Collaborateurs	- Cartographie des risques - Entretiens avec les collaborateurs - Communication et sensibilisation	- Dispositif au cœur de la stratégie des dirigeants - Profil de risques connu et maîtrisé

Le développement durable et l'éthique au cœur des préoccupations de la Société

Mercialys, du fait de sa taille, de son secteur et/ou de son activité exclusivement française n'est pas soumise à un certain nombre de réglementations entrées en vigueur ces dernières années. Néanmoins, en tant qu'acteur engagé, la Société a volontairement mis en œuvre diverses politiques, process et plans d'actions pour répondre à des enjeux qui, avant de constituer un prérequis réglementaire, s'inscrivent dans le respect de la déontologie et de l'éthique professionnelle.

Mercialys s'est notamment dotée :

- d'une Déclaration de performance extra-financière (DPEF) soumise à l'avis d'un Organisme tiers indépendant (OTI) ;

- d'une cartographie des risques de corruption, de procédures de contrôle et d'évaluation dédiées et d'un dispositif de lancement d'alerte interne conforme à la législation en vigueur ;
- d'un Code de déontologie boursière visant à prévenir les délits d'initiés ;
- d'une démarche de vigilance visant à assurer une surveillance des pratiques de sa chaîne de

valeur, à travers notamment une cartographie des dépenses de la Société, l'insertion de clauses RSE dans les principaux contrats, et des mesures de suivi et d'évaluations des fournisseurs et prestataires. La Société dispose également d'une Directrice de la conformité et de l'éthique, agissant aussi en tant que déontologue et DPO⁽¹⁾. Celle-ci siège au CPR et base ses travaux sur la Charte éthique et code de bonne conduite, disponible en français et en anglais sur le site Internet de Mercialys : www.mercialys.fr.

(1) Data Protection Officer : personne déléguée à la protection des données au sein d'une organisation.

UN MODÈLE D'AFFAIRES GÉNÉRATEUR D'UNE PERFORMANCE GLOBALE

La stratégie de Mercialys repose sur une transformation permanente de son offre commerciale et de ses actifs immobiliers afin de les adapter à l'évolution des comportements d'achat et en développer et pérenniser les revenus locatifs, tout en respectant leur environnement.

La Société recourt pour ce faire à six types de ressources, exploitées au sein d'un modèle d'affaires créateur de valeur financière et extra-financière pour l'ensemble de ses parties prenantes.

Des ressources au service de la stratégie

RESSOURCES HUMAINES

- 111 collaborateurs experts
- 37 ans d'âge moyen
- 55 % de femmes
- 70 % de cadres

RESSOURCES INTELLECTUELLES ET TECHNOLOGIQUES

- Un capital intangible, constitué notamment de la marque G La Galerie et de l'écosystème digital de Mercialys, avec 1 million de clients qualifiés dans les bases de données

RESSOURCES ORGANISATIONNELLES ET DE GOUVERNANCE

- Un capital organisationnel, parfaitement synthétisé dans les 4 valeurs de la Société : proximité, agilité, engagement et innovation
- Un actionnariat équilibré et engagé

RESSOURCES FINANCIÈRES

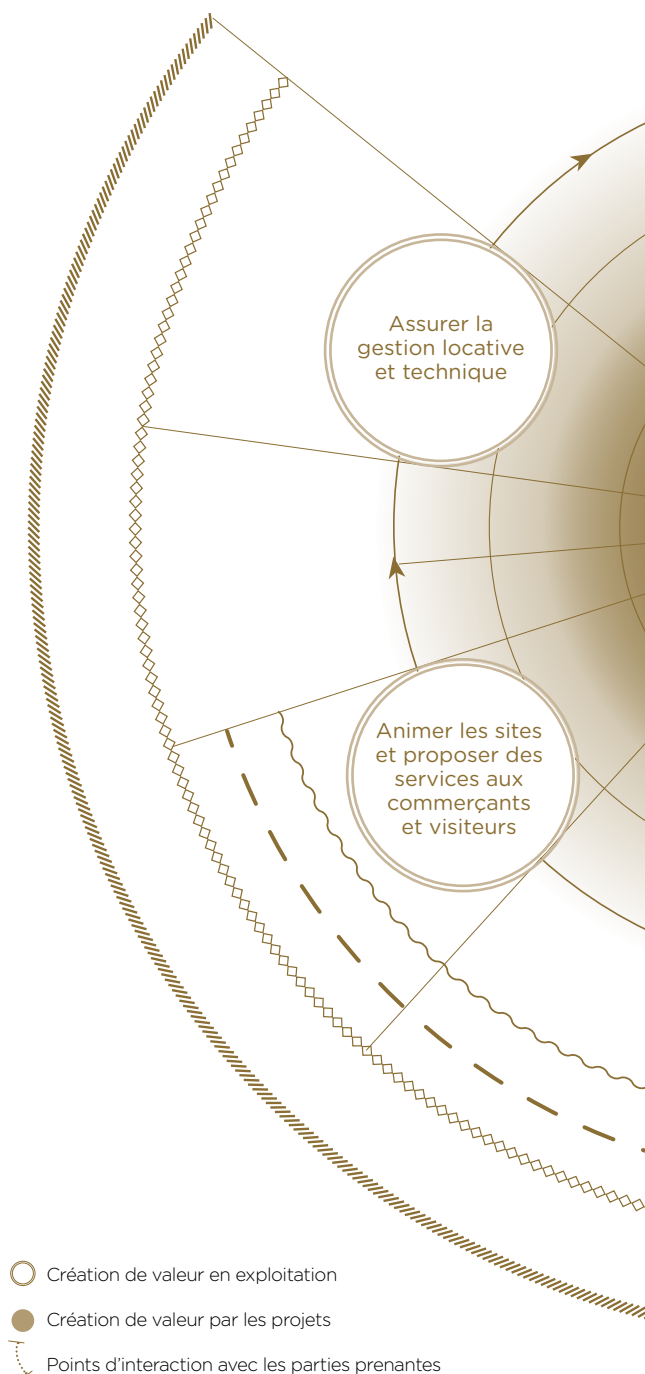
- 410 millions d'euros de ressources financières non utilisées
- Un profil financier équilibré :
 - 1,3 % de coût moyen de la dette tirée
 - 3,8 ans de maturité moyenne de la dette tirée
 - 39,5 % de LTV hors droits⁽¹⁾
 - 7,4 x d'ICR⁽²⁾
 - 8,4 x de Dette nette/EBITDA

RESSOURCES FONCIÈRES

- 468,6 millions d'euros de projets de développements pour la période 2020-2026
- 26 actifs concernés, soit 49 % du patrimoine en nombre⁽³⁾

RESSOURCES ENVIRONNEMENTALES

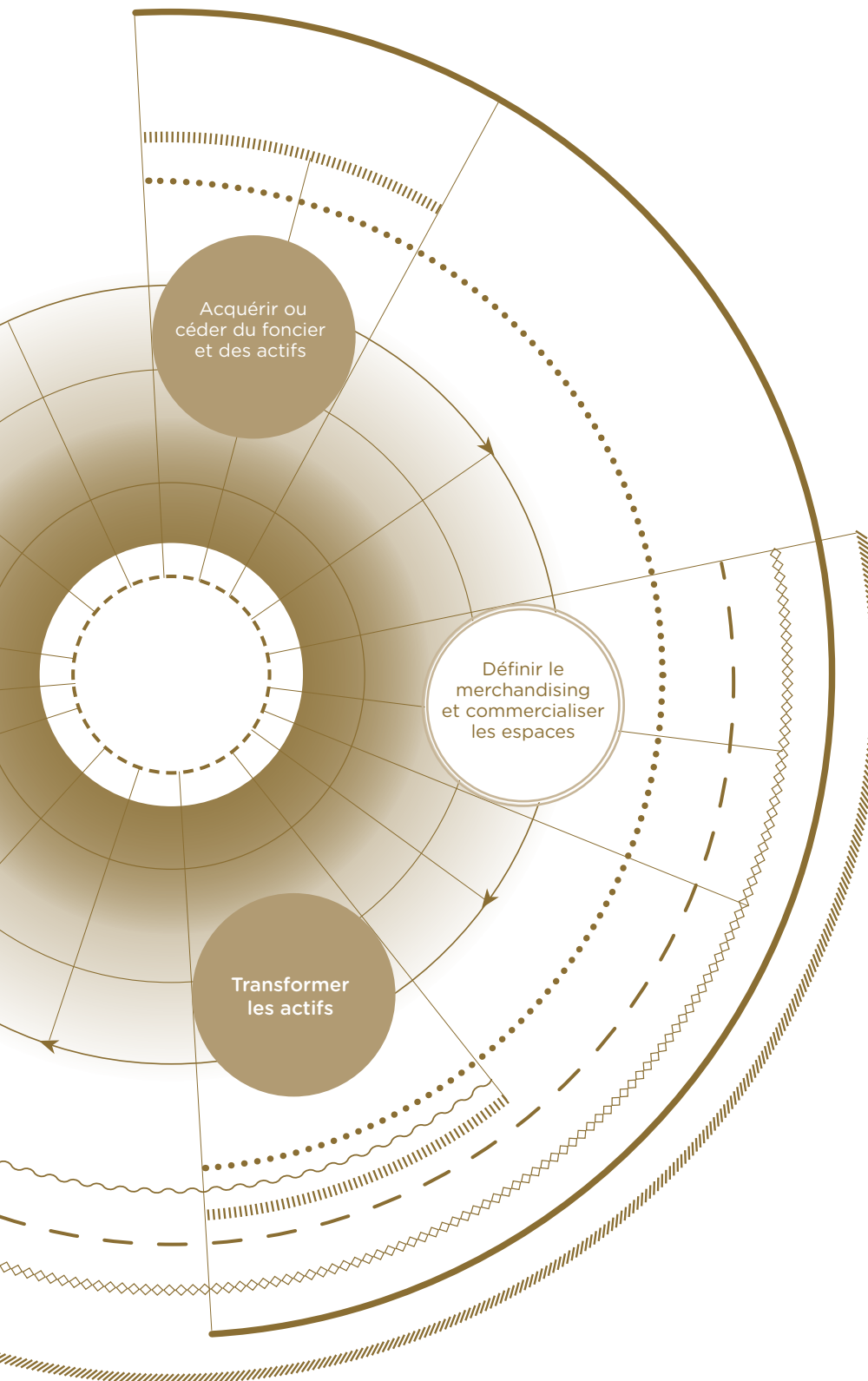
- 56 605 MWh d'énergie consommés
- 159 418 m³ d'eau potable utilisés



(1) Loan To Value = endettement financier net / (valeur d'expertise hors droits des actifs + valeur de marché des titres des sociétés mises en équivalence). / (2) Interest Coverage Ratio = EBITDA/coût de l'endettement financier net. / (3) Hors les 5 actifs diffus.

Un cercle vertueux d'activités sur l'ensemble du cycle immobilier

Une création de valeur partagée avec les parties prenantes



COLLABORATEURS

12,4 M€ de rémunérations versées

PRESTATAIRES ET FOURNISSEURS

13 M€ d'achats

COMMUNAUTÉ FINANCIÈRE

107 M€ de dividendes versés

25 M€ de charges financières versées

ÉTAT ET COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

3,3 M€ d'impôts versés

ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES ET CONCURRENTS

84 K€ de cotisations annuelles

ENSEIGNES LOCATAIRES

Plus de 100 M de visiteurs annuels

VISITEURS ET CLIENTS FINAUX

6,5 M€ de budget pour les fonds marketing, associations et GIE⁽¹⁾

ASSOCIATIONS

1 929 offres d'emplois proposées sur les centres

(1) Groupement d'intérêt économique

UNE CRÉATION DE VALEUR FINANCIÈRE ET EXTRA-FINANCIÈRE DURABLE

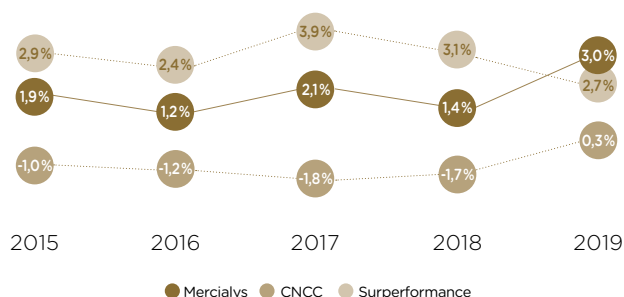
Par son organisation intégralement dédiée à la recherche de l'excellence à court, moyen et long terme, Mercialys génère une création de valeur pérenne. L'attractivité de ses centres est pilotée au quotidien au travers de plusieurs indicateurs opérationnels clés et se reflète dans les excellents résultats financiers et extra-financiers générés par la Société année après année.



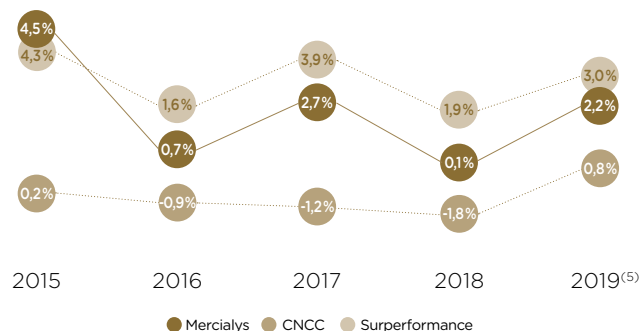
La performance opérationnelle des centres de Mercialys s'apprécie au travers de :

- Leur **fréquentation**⁽¹⁾, ou nombre de visiteurs recensés à l'entrée des grands centres et principaux centres locaux de proximité de la Société ;
- Le **chiffre d'affaires**⁽²⁾ généré par les commerçants des centres, baromètre de la performance opérationnelle des enseignes locataires et donc de leur santé financière ;
- Le **coût d'occupation**⁽²⁾ supporté par les commerçants des centres, appréciation du poids de l'immobilier dans leur compte d'exploitation et par extension de la soutenabilité des loyers demandés ;
- Le **taux de vacance financière courante**⁽³⁾, qui permet d'apprécier la gestion commerciale des centres ;
- Le **taux de recouvrement**⁽⁴⁾, qui évalue la proportion effectivement encaissée par la Société de loyers, charges et travaux facturés aux locataires.

ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION
DES CENTRES COMMERCIAUX



ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES
DES COMMERÇANTS

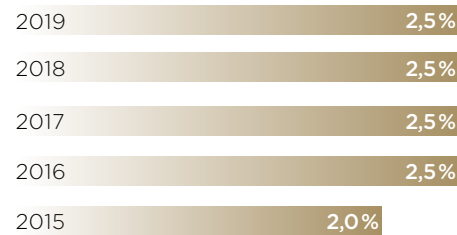


(1) Grands centres et principaux centres *leaders* de proximité de Mercialys à surfaces constantes, représentant près de 90% de la valeur des centres commerciaux de la Société. / (2) Rapport entre le loyer, les charges (y compris fonds marketing) et les travaux refacturés TTC, payés par les commerçants, et leur chiffre d'affaires TTC (hors grandes surfaces alimentaires). / (3) Le taux de vacance de Mercialys n'intègre pas les conventions liées à l'activité de Commerce Éphémère. / (4) Sur 12 mois. / (5) Cumulé à fin novembre 2019.

ÉVOLUTION DU COÛT D'OCCUPATION



ÉVOLUTION DU TAUX DE VACANCE FINANCIÈRE COURANTE



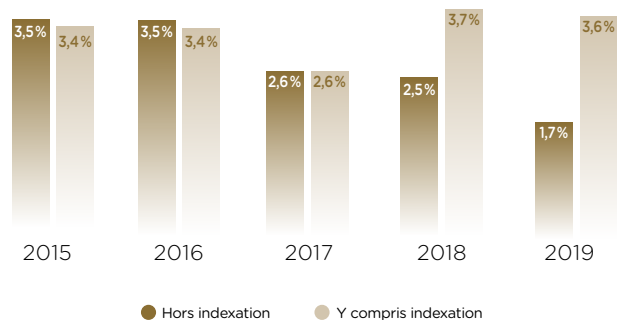
ÉVOLUTION DU TAUX DE RECOUVREMENT



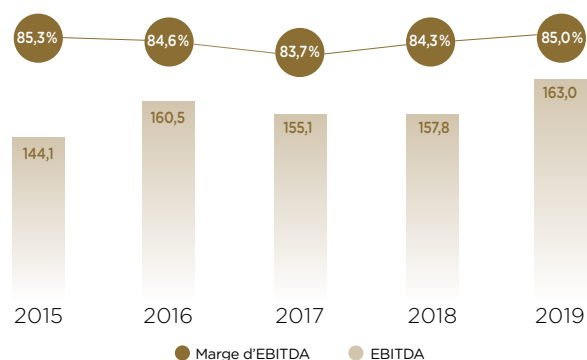
La performance financière s'apprécie principalement au travers :

- De la **croissance organique des loyers**, qui mesure l'évolution des revenus de la Société hors effet des acquisitions et cessions ;
- De la **marge d'EBITDA⁽¹⁾**, qui évalue l'efficacité de sa gestion opérationnelle ;
- Du **résultat des opérations** (FFO), qui permet d'apprécier l'évolution de ses résultats récurrents ;
- De l'**actif net réévalué** (ANR), ou valeur résiduelle des actifs de la Société après remboursement de ses créanciers ;
- Des ratios de **LTV**, d'**ICR** et de **dette nette/EBITDA**, qui permettent d'apprécier la soutenabilité de son endettement ;
- Du **rendement du dividende**, 95 % du résultat social récurrent et 70 % des plus-values de cession d'actifs étant distribuables sous forme de dividendes selon le statut fiscal des sociétés d'investissement immobilier cotées (SIIC) dont Mercialis bénéficie depuis 2005.

ÉVOLUTION DU TAUX DE CROISSANCE ORGANIQUE DES LOYERS



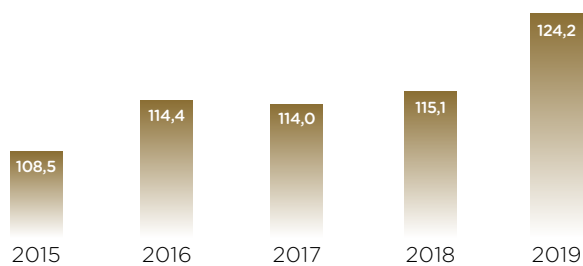
ÉVOLUTION DE L'EBITDA (en millions d'euros) ET DE LA MARGE D'EBITDA



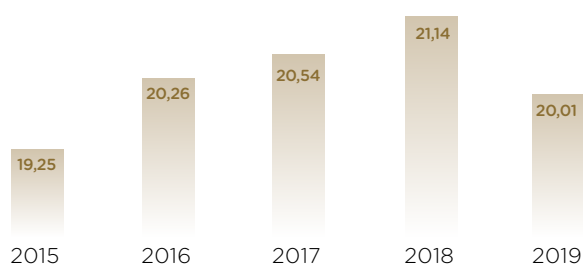
(1) Résultat opérationnel avant amortissements, provisions et dépréciations, autres produits et charges opérationnels. Marge calculée sur les revenus locatifs.



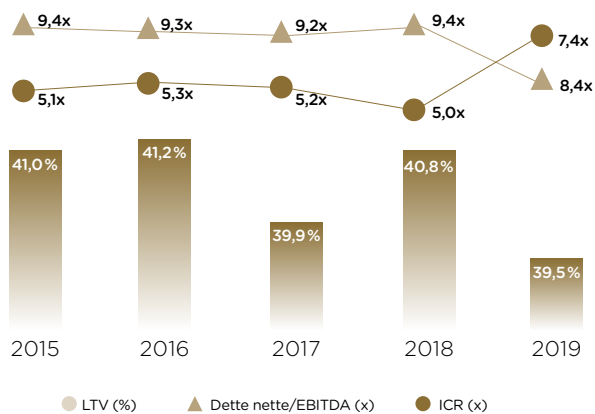
ÉVOLUTION DU RÉSULTAT DES OPÉRATIONS OU FFO (en millions d'euros)



ÉVOLUTION DE L'ANR TRIPLE NET EPRA (en euros par action)

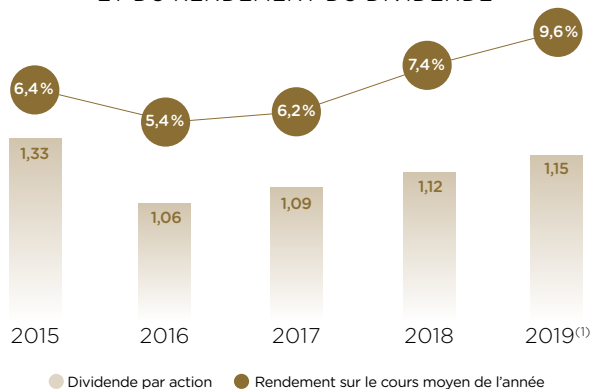


ÉVOLUTION DES RATIOS LTV (hors droits), ICR ET DETTE NETTE/EBITDA



● LTV (%) ▲ Dette nette/EBITDA (x) ● ICR (x)

ÉVOLUTION DU DIVIDENDE (en euro par action) ET DU RENDEMENT DU DIVIDENDE



● Dividende par action ● Rendement sur le cours moyen de l'année

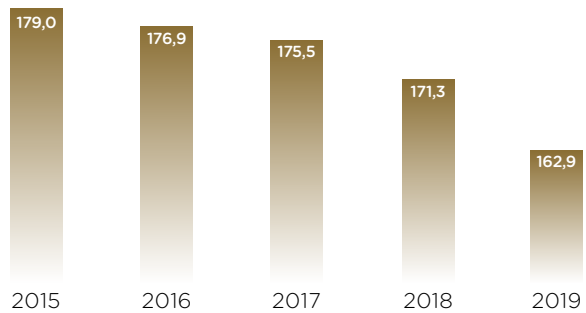
(1) Sous réserve de l'approbation par l'Assemblée générale du 23 avril 2020.



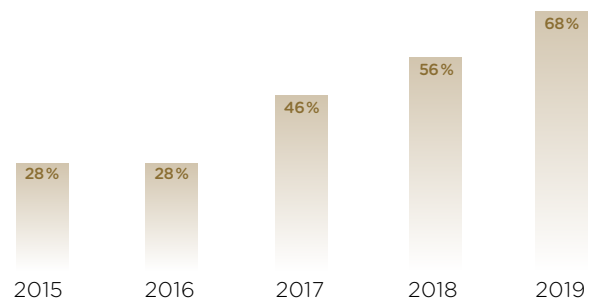
La performance extra-financière de Mercialis est suivie *via* :

- L'**intensité énergétique surfacique** de ses centres, témoin de leur efficacité en termes de consommation d'énergie ;
- La **part du patrimoine** certifié *BREEAM In-Use*, certification internationale *leader* dans le secteur de l'immobilier commercial ;
- Le **taux de valorisation des déchets** des centres commerciaux, matérialisation de la coopération entre la Société et ses enseignes en matière de développement durable ;
- Les **émissions de carbone** directes et indirectes (scopes 1 et 2), indicateur clef de suivi pour la maîtrise de l'empreinte carbone de Mercialis, en lien avec son engagement en faveur de la lutte contre le changement climatique ;
- La **formation des collaborateurs**, qui assure leur évolution professionnelle et une bonne adéquation de leur profil avec les besoins de compétences futurs de la Société ;
- Les **écarts de rémunération** entre hommes et femmes, ou capacité à assurer un traitement égal à tous les salariés et reconnaître leur unicité et leur diversité.

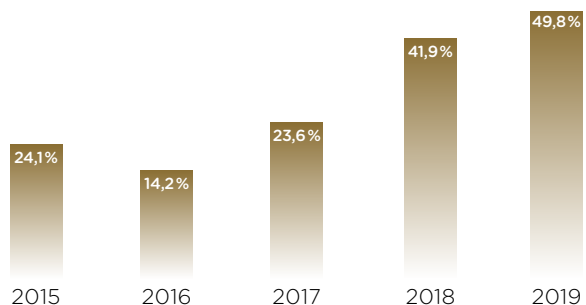
ÉVOLUTION DE L'INTENSITÉ ÉNERGÉTIQUE SURFACIQUE (en kWh/m² - périmètre constant)



ÉVOLUTION DE LA PART DU PATRIMOINE CERTIFIÉ *BREEAM IN-USE* (en % de la valeur totale du patrimoine droits inclus)

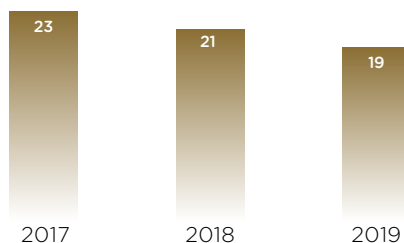


ÉVOLUTION DU TAUX DE VALORISATION DES DÉCHETS DES CENTRES COMMERCIAUX (périmètre constant)

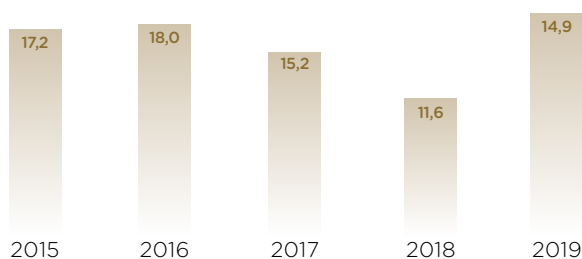




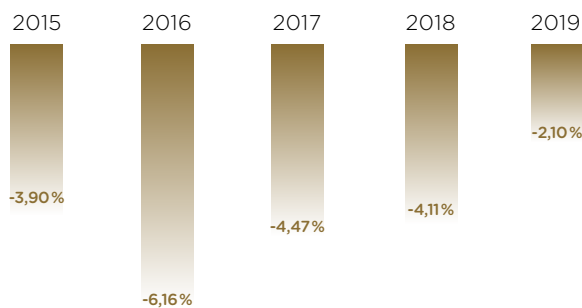
**ÉVOLUTION DES ÉMISSIONS DE CARBONE
DIRECTES ET INDIRECTES PAR M²**
(Scopes 1 et 2 - en tonnes équivalent CO₂ - méthode market-based - périmètre constant)



**ÉVOLUTION DU NOMBRE MOYEN D'HEURES DE FORMATION
PAR SALARIÉ FORMÉ**



**ÉVOLUTION DE L'ÉCART DE RÉMUNÉRATION ENTRE
HOMMES ET FEMMES⁽¹⁾**



(1) Hors cadres dirigeants.

Les performances extra-financières de Mercialys sont en phase avec les objectifs de sa stratégie RSE MERY'21 et ont une nouvelle fois été reconnues en 2019 par les meilleurs *benchmarks* sectoriels et agences de notation.

Mercialys s'est notamment vue confirmer son statut *Prime* par l'agence de notation ISS-Oekom et sa position dans la *A List* par le CDP, pour la 2^e année consécutive, reconnaissant son *leadership* dans le domaine du développement

durable, dans la prise en compte des attentes de l'ensemble de ses parties prenantes et dans la pluralité de sa création de valeur.

Le volontarisme et la maturité de Mercialys en matière de RSE ont également été salués par le maintien du statut *Green Star* du GRESB⁽¹⁾ pour la 3^e année consécutive, et l'obtention de la note de 90/100 qui la classe en 5^e position des foncières d'immobilier commercial en Europe.

Enfin, son engagement fort en matière de transparence de l'information et de reporting a lui aussi été une nouvelle fois récompensé, à la fois par l'EPRA, qui lui a décerné à nouveau deux *Gold Awards*, et lors de la 10^e cérémonie des Grands Prix de la Transparence⁽²⁾, où lui a été remis le prix du meilleur Document de référence au sein du SBF 120.

	2015	2016	2017	2018	2019
	-	Note 64/100	Note 84/100 Obtention du statut <i>Green Star</i>	Note 87/100 Statut <i>Green Star</i>	Note 90/100 Statut <i>Green Star</i>
	-	-	Note A-	Note A Intégration à la <i>A List</i>	Note A Membre de la <i>A List</i>
	Note non comparable Membre de l'indice Gaia	Note 73/100 Membre de l'indice Gaia	Note 79/100 Membre de l'indice Gaia	Note 82/100 Membre de l'indice Gaia	Note 83/100 Membre de l'indice Gaia
	Note 47/100	Note 47/100 (pas de revue en 2016)	Note 51/100	Note 51/100 (pas de revue en 2018)	Note 63/100 ⁽³⁾
	-	Note 39/100 ⁽³⁾	Note 67/100 ⁽³⁾	Note 67/100 ⁽³⁾ (pas de revue en 2018)	Note 75/100
	Note A	Note A	Note A	Note BBB	Note A
	Note D+	Note D+	Note C-	Note B- Obtention du statut <i>Prime</i>	Note B- Statut <i>Prime</i>
	79 ^e au sein du SBF 120	83 ^e au sein du SBF 120	3 ^e au sein du SBF 120 Prix de la meilleure progression de l'année	1 ^{ère} au sein du SBF 120 Grand Prix toutes catégories	Hors catégorie Prix du meilleur Document de référence
	<i>BPR Gold Award</i>	<i>BPR Gold Award</i>	<i>BPR Gold Award</i> <i>sBPR Gold Award</i>	<i>BPR Gold Award</i> <i>sBPR Gold Award</i>	<i>BPR Gold Award</i> <i>sBPR Gold Award</i>
	10 ^e au sein du SBF 120	6 ^e au sein du SBF 120	12 ^e au sein du SBF 120	4 ^e au sein du SBF 120	Pas de revue à date

(1) Global Real Estate Sustainability Benchmark (GRESB) : classement international de référence qui évalue chaque année la performance et la politique RSE des entreprises du secteur immobilier. / (2) Les Grands Prix de la Transparence récompensent chaque année les sociétés françaises cotées au SBF 120 pour la clarté et la qualité de leur information réglementée, sur la base de plus de 200 critères objectifs portant sur leurs principaux supports de communication financière et extra-financière. / (3) Estimé.



MERCIALYS

16-18, rue du Quatre-Septembre - 75002 Paris

E-mail : contact@mercialys.com

www.mercialys.fr