

HAMMERSON PLC – RESULTATS NON AUDITES DU SEMESTRE CLOS LE 30 JUIN 2018 ET POINT SUR LA STRATEGIE

UNE STRATEGIE RENOUVELEE POUR MAXIMISER LES RENDEMENTS

Suite à une analyse approfondie des fondamentaux de l'entreprise, Hammerson plc annonce aujourd'hui une refonte de sa stratégie dans le but d'accroître et accélérer sa performance, fondée sur un portefeuille de plus grande qualité composé de destinations phares et une plus grande efficacité opérationnelle et financière.

Les points clés de la nouvelle stratégie

Une qualité renforcée grâce à un portefeuille optimisé

- Accent désormais uniquement mis sur deux segments clés du commerce ayant des perspectives de croissance des revenus locatifs à périmètre comparable renforcées :
 - Les destinations phares ("flagships")
 - Les Outlets Premium
- Sortie du segment des « retail parks » à moyen terme
- Un objectif de cessions porté à 1,1Md £ d'ici à fin 2019, 300M£ ayant déjà été cédés à date et un objectif réévalué de 600M£ pour 2018
- Création d'un nouveau concept "City Quarters" pour maximiser la valeur des terrains très attractifs entourant nos centres commerciaux
- Une plus grande diversité géographique avec une exposition aux centres commerciaux hors Royaume-Uni en hausse d'environ 10%

Excellence opérationnelle et réduction des coûts

- Changement progressif du mix commercial : réduction d'un quart de l'espace dévolu jusqu'à présent aux grands magasins et d'un cinquième pour les enseignes de mode grand public, remplacées par des marques plus différenciantes et aspirationnelles, des espaces événementiels, de vie et de loisirs
- Consacrer plus de ressources pour répondre à la demande des consommateurs, en attente de plus d'événements et d'une offre digitale plus sophistiquée
- Une réduction des coûts de 7M£ par an grâce à une plus grande efficacité opérationnelle, une réduction des dépenses corporate, des cessions et des changements au niveau du Board et de l'équipe de direction

Accent sur l'efficacité financière

- Allouer jusqu'à 300M£ pour un rachat d'actions
- Réduire l'endettement à moyen terme, dans l'objectif de réduire le ratio d'endettement (LTV, dette sur valeur du patrimoine) autour de 35%
- En raison du contexte de marché incertain, le démarrage des travaux pour le développement de Brent Cross sera différé

David Atkins, Président d'Hammerson, a déclaré : « Notre nouvelle stratégie nous amène à prendre des mesures décisives pour repositionner notre portefeuille. En augmentant nos objectifs de cessions, notamment en sortant du segment des retail parks, nous nous concentrerons uniquement sur les destinations phares de très grande qualité, les centres commerciaux de premier plan en Europe et les Outlets Premium. Ces 2 catégories d'actifs sont celles qui, nous le pensons, continueront de surperformer en dépit des nombreux changements qui touchent le secteur du commerce.

Nous allons également élargir l'offre mise à la disposition de nos consommateurs et enseignes, ce qui implique de repenser le mix commercial de nos centres. Cela passera ainsi par une diminution de l'espace alloué aux grands magasins ou aux marques de mode « mass market », afin de nous concentrer sur les dernières tendances de consommation et d'oser prendre des décisions audacieuses pour proposer le meilleur mix commercial.

Les résultats que nous présentons aujourd'hui démontrent notre résilience. Nous prenons des décisions difficiles mais nous sommes convaincus de notre capacité à délivrer des résultats. En re-priorisant le déploiement de nos capitaux et en repositionnant notre portefeuille, nous accélérerons la création de valeur pour nos actionnaires. »

Résultats du premier semestre 2018

- La valorisation du Groupe reste stable, la croissance continue de l'activité pour les Outlets Premium et l'Irlande compensant une légère baisse de la valorisation liée aux rendements au Royaume-Uni ;
- Forte demande des enseignes pour nos espaces de vente : 13,6M£ de nouveaux baux signés, 4% au-dessus de la valeur locative estimée et 5% au-dessus des loyers passants ;
- Un taux d'occupation de 97,2% et une légère augmentation du volume de commercialisations pour nos centres au Royaume-Uni (6,8M£ au premier semestre 2018 vs 6,6M£ au premier semestre 2017) malgré un contexte de marché inhabituellement tourmenté ;
- 104 unités sont en redressement judiciaire ou susceptibles de l'être au sein du portefeuille global, 87 d'entre elles continuant d'opérer. L'impact sur les revenus locatifs nets du premier semestre 2018 est de 2,1 M£. pour l'année entière, l'impact est anticipé à 5,8M£ (1,5% des loyers annuels) ;
- Nous enregistrons d'ores et déjà 300M£ de cessions à date incluant 4 retail parks au Royaume-Uni, 10% en-dessous de la valorisation de décembre ;
- Les travaux ont démarré pour les extensions des 3 Fontaines (Cergy) et d'Italie Deux (Paris 13), en bonne voie pour offrir un rendement sur coût de développement attractif estimé à environ 6% ;
- Les ventes du portefeuille Value Retail ont augmenté de 6%, notamment grâce aux bonnes performances de Bicester Village ; les initiatives de repositionnement et de reconfiguration ont soutenu la croissance des ventes (+ 6%) pour VIA Outlets ;
- Un ratio d'endettement sur la valeur du patrimoine (LTV) en légère hausse à 37% et un montant substantiel de liquidités de 878M£.

Les chiffres clés du semestre

Semestre révolu :	30 Juin 2018	30 Juin 2017	Evolution
Revenus locatifs nets ⁽¹⁾	178,5 M£	184,0 M£	-3,0%
Résultats retraités ⁽²⁾	120,0 M£	119,4 M£	+0,5%
Bénéfice par action retraité ⁽²⁾	15,1 p	15,1 p	-
Résultats avant impôt (dont variations de valeur) ⁽³⁾	55,7 M£	287,1 M£	-80,6%
Bénéfice de base par action ⁽³⁾	7,0 p	36,2 p	-80,7%
Acompte sur dividende par action	11,1 p	10,7 p	+3,7%
Au :	30 Juin 2018	31 Décembre 2017	
Valeur du portefeuille ⁽⁴⁾	10 626 M£	10 560 M£	+0,6%
Capitaux propres (part du Groupe)	5 955 M£	6 024 M£	-1,1%
Actif net par action, base EPRA ⁽²⁾	7,76 £	7,76 £	-
Gearing (dette nette sur fonds propres)	60%	58%	+2p.p.
Loan to value (dette sur valeur du patrimoine)	37%	36%	+1p.p.

(1) Sur la base d'une consolidation proportionnelle, en excluant les participations dans les Outlets Premium.

(2) Les calculs des chiffres retraités et EPRA figurent à la note 8 des états financiers.

(3) Attribuable aux actionnaires, inclut les pertes liées aux opérations de réévaluation du portefeuille (40 M£ au 30/06/18 vs gains de 188 M£ au 30/06/17).

(4) Proportionnellement consolidé, incluant les Outlets Premium.

FOCUS SUR LA STRATÉGIE

Vue d'ensemble

Hammerson est un acteur majeur de l'immobilier commercial en Europe, avec un portefeuille de destinations shopping leaders et un historique financier solide. Avec 440 millions de visites annuelles, nous créons des destinations shopping dynamiques où les clients, les enseignes et nos partenaires s'épanouissent.

Nous sommes un groupe dynamique. Le bénéfice retraité par action a crû de 49% sur les 5 dernières années, et notre portefeuille a augmenté de 64% sur la même période. Grâce à notre stratégie de recyclage du capital, nous avons augmenté la taille moyenne de nos actifs de 47 %. Nous sommes entrés en Irlande, marché qui a connu la plus forte croissance en Europe en 2015 et notre portefeuille d'Outlets Premium a atteint 2,4 Mds£ et a généré un TRI de 26 % depuis 2011. Nous avons développé des centres d'exception comme Bullring à Birmingham, Les Terrasses du Port à Marseille et Victoria à Leeds.

Une évolution impulsée par les nouvelles tendances du marché

Nous avons complété l'analyse approfondie de notre business par celle de nouvelles données quantitatives et qualitatives sur nos marchés de consommation et les futures tendances du retail. Cela nous a permis d'identifier la meilleure stratégie de positionnement pour notre portefeuille et d'identifier les destinations shopping gagnantes à long terme en fonction des tendances clés du marché :

- **L'urbanisation transforme l'environnement bâti** : de plus en plus de lieux à usage mixte et moins de places de parking nécessaires ;
- **Le commerce physique reste clé** : même au UK, marché où le multicanal est le plus inscrit dans les habitudes, 85% des ventes se font toujours en magasin physique ;
- **La demande des commerçants et des consommateurs se concentre vers des destinations phares** ;
- **Les habitudes de consommation sont guidées par « l'expérience »** ;
- **Le commerce en ligne modifie l'éventail de l'offre des magasins physiques** ;
- **Les outlets de luxe surperforment.**

Une qualité renforcée grâce à un portefeuille optimisé

En réponse à ces tendances, nous avons identifié au sein de notre portefeuille les actifs qui devraient être gagnants. Notre portefeuille sera désormais concentré sur deux segments du marché :

Les destinations phares : des centres commerciaux situés au sein de métropoles régionales, caractérisées par une démographie et des bassins de consommation dynamiques.

Les Outlets Premium : des destinations incontournables qui attirent les consommateurs à hauts revenus, visiteurs européens et mondiaux ainsi que les grandes marques mondiales, et sont aujourd'hui le segment du retail qui connaît la plus forte croissance en Europe.

Dans cet objectif d'optimisation du portefeuille, nous sortirons du marché des retail parks à moyen terme.

Nous prendrons des mesures décisives pour réaliser ce repositionnement stratégique. Notre objectif de cessions pour 2018 a été porté à 600 M£ (dont 300 M£ d'ores et déjà réalisés) et 500 M£ supplémentaires sont prévus pour 2019.

Notre portefeuille optimisé aura une plus grande diversité pan-européenne, avec une exposition hors Royaume-Uni en hausse de 10% environ.

La performance financière historique des actifs « gagnants » identifiés est supérieure à la moyenne actuelle du portefeuille, ce qui devrait se traduire par une croissance plus élevée des revenus locatifs.

Notre portefeuille d'Outlets Premium a produit des rendements exceptionnels, avec un TRI de 26 % au cours des cinq dernières années grâce à une forte dynamique de marché et à notre modèle de partenariat unique avec Value Retail et VIA Outlets. Nous avons encore de nombreuses opportunités d'accroître davantage notre investissement dans ce secteur clé.

Excellence opérationnelle et réduction des coûts

Notre expertise sur le marché du retail est depuis longtemps reconnue. A travers notre programme transverse d'innovation Product, nous nous challengeons en permanence pour appliquer les meilleures pratiques en matière de design et de solutions digitales, d'engagement des clients et de développement durable. Sur ce dernier axe, nous avons ainsi lancé notre ambitieux programme Net Positive, dont les objectifs nous engagent à horizon 2030.

Dans le contexte de marché actuel, une approche plus agile du mix commercial est nécessaire. Nous mettrons en œuvre un changement progressif de ce dernier : l'espace dévolu aux grands magasins diminuera d'un quart et la part des enseignes de prêt-à-porter « mass market » réduira d'un cinquième. Cette réaffectation bénéficiera à d'autres catégories très demandées : des marques de mode plus aspirationnelles, des loisirs, ou des pureplayers online qui voient désormais un intérêt à ouvrir un magasin physique. Une stratégie qui sera également mieux adaptée aux besoins des commerçants : nous chercherons à créer plus de flexibilité avec des baux et contrats plus novateurs.

Nous consacrerons plus de ressources pour répondre à la demande croissante des consommateurs de plus d'expérience et d'une offre digitale plus sophistiquée. Nous augmenterons ainsi l'espace alloué à la restauration, à l'événementiel, intégrerons des showrooms de marques, etc...

Ce portefeuille recentré nous permettra par ailleurs de réduire nos coûts de base d'un montant que nous estimons à 7M£ par an à partir de fin 2019 : 2M£ liés à une plus grande efficacité opérationnelle, 2M£ liés à notre sortie du segment des retail parks, 3M£ liés aux changements effectués au sein du Board et de la direction. Le coût de mise en œuvre pour réaliser ces économies est estimé à 4M£.

Pour nous assurer que nous sommes en ligne avec les meilleures pratiques de gouvernance, nous avons par ailleurs évalué la composition du Board pour assurer une répartition optimale entre membres exécutifs et non-exécutifs. David Atkins et Timon Drakesmith resteront seuls membres exécutifs. Peter Cole a pris la décision de prendre sa retraite et sortira officiellement du Board au 31 décembre 2018. Il quittera officiellement son poste de CIO à la suite de l'Assemblée générale fin avril 2019. Simon Travis prendra la responsabilité des investissements, et Mark Bourgeois du développement. Jean-Philippe Mouton se retirera également du Board au 31 décembre 2018 et continuera à diriger la France et le Marketing pour le Groupe.

Focus sur la rentabilité des capitaux

Alors que nous progressons dans notre programme de cessions, le Conseil d'Administration a conclu qu'un rachat sur le marché de nos actions offrirait aujourd'hui la meilleure option en termes de rendement du capital. Un total allant jusqu'à 300M£ issus des cessions déjà réalisées sera redistribué aux actionnaires au cours des 12 prochains mois. Ce rachat aura un impact positif tant sur le bénéfice par action que sur l'actif net réévalué par action.

Nous restons engagés à maintenir un bilan prudent et à diminuer l'endettement sur le moyen-terme, notamment grâce aux cessions, avec l'ambition de réduire le LTV (Loan to Value) autour de 35%.

Hammerson a démontré son expertise dans la gestion de destinations shopping d'excellence. En France, nous avons démarré les travaux de deux extensions avec un rendement sur le coût du développement estimé à environ 6 %.

Au Royaume-Uni, en raison des risques élevés du marché et puisque que les utilisations alternatives du capital offrent des retours financiers immédiats et plus élevés, le démarrage du projet de développement de Brent Cross sera différé. Ce projet reste toutefois stratégique et nous continuons de le considérer comme l'une des destinations shopping incontournables de Londres.

Parmi nos différents projets de développement, nous disposons d'un portefeuille de terrains d'au moins 25 hectares situés en centre-ville, la plupart à proximité de nos centres existants. Nous chercherons les opportunités pour valoriser ces terrains - et les centres qui sont à proximité - grâce à notre concept nouvellement créé « City Quarters ».

Impact financier

A court terme, alors que cédon des actifs pour optimiser notre portefeuille, les revenus seront négativement impactés. Il y aura cependant un impact positif sur les bénéfices par actions grâce à la croissance organique à Dublin et des Outlets Premium, aux programmes de refinancement et de réduction des coûts, et à la proposition de rachat d'actions. Nous pensons ainsi atténuer l'effet des cessions au cours des deux prochaines années.

A partir d'aujourd'hui, le taux de croissance des dividendes sera ajusté à un niveau compris entre 3% et 5% par an.

Notre portefeuille optimisé permettra une croissance plus importante des revenus locatifs nets à périmètre comparable grâce à un focus sur les actifs de grande qualité et une attention supérieure portée aux marchés à forte croissance. Ceci, combiné avec une structure des coûts allégée et l'optimisation de nos bilans, nous permet d'envisager une croissance attractive du bénéfice par action à partir de 2020. Notre résilience et la plus grande qualité de notre portefeuille et des revenus induits nous permettront ainsi d'offrir des rendements solides à nos actionnaires.

FRANCE

En France, nous possédons et gérons sept centres commerciaux premium qui comptent plus de 870 locataires et attirent près de 80 millions de visiteurs chaque année. Nos trois plus grands centres, Les Terrasses du Port à Marseille, Italie Deux à Paris et Les Trois Fontaines à Cergy, génèrent plus de 66M€ de loyers annuels.

Chiffres clés

	Croissance des revenus locatifs nets** %	Taux d'occupation %	Revenus locatifs nets £m	Loyers signés vs valeur locative %	Croissance des ventes %	Fréquentation %
30 Juin 2018	-1,1	97,1	3,6	+2	2,9	2,3
31 Décembre 2017*	2,6	97,9	9,8	+5	0,1	1,6
30 Juin 2017	1,5	96,6	5,8	+8	-3,1	-2,3

* 31 décembre, résultats financiers à fin d'année

** A périmètre comparable

Revenus nets

A périmètre comparable, le revenu locatif net a baissé de 1,1% au cours des six premiers mois de l'année. Cela s'explique en grande partie par une baisse de 0,7M£ des revenus locatifs aux Terrasses du Port par rapport à l'année précédente, due au fait qu'au 1er semestre 2017, nous avons perçu des loyers variables afférents aux années précédentes plus importants que prévu. Un nombre moins important de signatures de baux que l'année précédente a aussi eu un impact négatif sur la performance des revenus à périmètre comparable.

Taux d'occupation et loyers

Nous poursuivons notre stratégie de recommercialisation auprès de nouvelles enseignes afin d'optimiser le mix commercial de nos centres. Au cours du 1er semestre 2018, nous avons signé 57 baux, pour un total de 3,6M£ de loyers annuels et 13 900 m2 de surface totale. Le montant des loyers est inférieur de 2,2M£ à celui du 1er semestre 2017, qui incluait cependant 1,3M£ de loyers pour Place des Halles (Strasbourg) et Saint Sébastien (Nancy), vendus fin 2017.

Pour les principales signatures, les nouveaux loyers dépassaient de 2% la valeur locative de décembre 2017 et de 4% les loyers précédents.

Parmi les principales transactions :

- 11 baux signés aux Terrasses du Port, dont de nouvelles enseignes comme Boggi Milano, qui ouvre sa 1^{ère} boutique au sein d'un centre commercial en France, et Nespresso, 1^{ère} ouverture au sein de notre portefeuille français ;
- 12 baux signés aux 3 Fontaines, à Cergy, dont une nouvelle boutique Timberland et des renouvellements majeurs comme Go Sport ou Sephora ;
- 17 baux signés à O'Parinor, incluant l'extension de la boutique JD Sport (ouverture prévue fin 2018).

Le taux d'occupation de 97,1% est inférieur de 0,8% à celui du début d'année, mais en hausse de 0,5% par rapport à juin 2017.

Au total, 27 unités sont en redressement judiciaire au sein du portefeuille français, un nombre identique à celui du début d'année. L'ensemble de ces unités continue d'opérer et ne représente que 0,6% des loyers du Groupe.

Programme d'innovation « Product »

L'équipe française en charge de l'innovation a déployé un certain nombre d'initiatives clés au sein des centres, au Royaume-Uni et en France : l'application PLUS, des aires de jeux pour enfants interactives, des bornes de recharge pour portables, des zones de repos de qualité, un service de livraison à domicile, etc. Des événements à destination de nos visiteurs sont également régulièrement organisés, comme les ventes privées ou – pour la 1^{ère} fois – l'utilisation de la franchise Schtroumpfs dans nos centres.

Hammerson a par ailleurs présenté pour la 1ère fois cette année sa stratégie d'innovation sur le salon Viva Technology, ainsi que quelques-unes de ses innovations clés parmi lesquelles Style Seeker, qui permet de trouver un vêtement à partir d'une photographie, et le droïde Twinswheel, qui permet de faire ses achats les mains libres et a été testé en 1ère mondiale en avril à Italie Deux.

Enfin, pour célébrer le 90ème anniversaire d'Yves Klein, nous avons installé pour 3 mois à NICETOILE une exposition digitale et interactive inédite, « L'EXPOaugmentée Yves Klein... La vibration de la couleur », qui offre l'opportunité à nos visiteurs d'interagir avec les œuvres de l'artiste niçois.

Fréquentation, chiffre d'affaires et coût d'occupation

La fréquentation de nos centres a crû de 2,3% au 1er semestre, 3,5% au-dessus de l'indice national du CNCC, en baisse de 1,2%. Italie Deux et Les Terrasses du Port ont enregistré les plus fortes hausses de fréquentation, respectivement de 9,1% et 8%, Italie Deux bénéficiant notamment de l'autorisation d'ouvrir le dimanche depuis fin 2017.

A périmètre constant, les ventes ont crû de 2,9%, une surperformance de 4,5% par rapport à l'indice CNCC du mois de mai en baisse de 1,6% (l'indice de juin n'est pas encore disponible). L'OCR (taux d'effort) est passé de 13,8% en début d'année à 14,3%, en raison de charges d'exploitation plus élevées.

Développements

	Surface m ²	Ouverture prévue	Valeur 30 Juin 2018 M£	Coût restant estimé ¹ M£	Revenu annuel estimé ² M£	Commercialisé à ³ %
Italik, extension Italie Deux, Paris	6 400	Q4 2019	18	24	2	57
Les 3 Fontaines - extension, Cergy, Paris ⁴	44 300	Q2 2021	170	158	16	22
Total	50 700		188	182	18	

¹ Coût du capital incluant les intérêts capitalisés impayés au 30 juin 2018

² Revenus nets complémentaires aux actifs existants après expiration des éventuelles périodes de franchise

³ Signé ou en cours de contractualisation au 23 juillet 2018.

⁴ Les chiffres incluent Cergy 3, acquis en octobre 2017.

Les travaux de l'extension de 6 400 m² d'Italie Deux ont démarré en juin 2018, pour une ouverture prévue fin 2019. « Italik » offrira 12 nouvelles enseignes, dont une offre de restauration et de loisirs. Le coût total du développement est estimé à 39M£, dont 24M£ restants à date et 3M£ de marge comptabilisés au 30 juin 2018. Le rendement sur coût de développement du projet est estimé à environ 6%. « Italik » est d'ores et déjà commercialisé à 57%.

Les travaux d'extension des 3 Fontaines ont quant à eux démarré en janvier 2018. Le projet s'inscrit dans le cadre plus global de la requalification du centre de Cergy et de l'agglomération de Cergy-Pontoise. A l'ouverture, au printemps 2021, le projet devrait générer un rendement sur coût de développement estimé à 6% environ. Il portera la surface de vente totale à 100 000 m², donnant ainsi naissance à l'un des centres leaders de la région parisienne. Le coût restant du projet est de 158M£ ; au 30 juin 2018, nous avons comptabilisé 36M£ de marge.