



Feel Good



Se promener, aller faire des courses, croiser un voisin et le saluer. Des gestes du quotidien, au cœur de la ville, au cœur de la vie.

Un environnement où l'on se sent bien. Un environnement mixte, où tout est à portée de pieds. Un environnement fluide, sécurisé, humain, où les rencontres se font et où les expériences s'offrent à vous. De l'ancienne place du village aux nouveaux quartiers mixtes, l'envie d'un bien-vivre en ville est restée la même pour ceux et celles qui y vivent.

C'est cette ambition du *Feel Good* que l'on nourrit et développe chez FREY.

Une philosophie pour les projets que nous concevons, les actifs que nous gérons, mais aussi pour le bien-être de nos collaborateurs et de nos partenaires. Une volonté d'hier, d'aujourd'hui et de demain, pour la ville et pour ses hommes.

Feel Good **c'est être...**

« Nous ne fabriquons pas des m² ni des volumes,
mais du bien-être et de la convivialité.
Le *Feel Good* est au cœur de notre ADN. »

ANTOINE FREY

convivial
moderne
déterminé P. 04
pionnier P. 06
original
entreprenant P. 08
dynamique
collégial P. 14
stable P. 16
attractif P. 18
vivant
à l'écoute P. 24
audacieux P. 28
ouvert P. 38
innovant
responsable P. 40
engagé P. 42
volontaire P. 44
surprenant

être déterminé

ANTOINE FREY

Président-Directeur
Général



01 Quel bilan dressez-vous de l'année 2018 ?

ANTOINE FREY : Si les années semblent se ressembler, l'année 2018 est un millésime à part entière. Nous avons sécurisé le financement de notre pipeline de projets grâce à une augmentation de capital de 201,9 millions d'euros et à la levée d'une importante dette corporate. 2018 est aussi l'année de notre retour à l'international, avec l'acquisition d'un actif majeur en Espagne, à Barcelone. Le Groupe a d'autre part fêté le premier anniversaire du nouveau concept Shopping Promenade® à Amiens et lancé les chantiers de trois autres projets à Strasbourg, à Claye-Souilly, en Île-de-France, et à Arles. Enfin, nous avons célébré les 10 ans de notre cotation en Bourse sur un succès : nous avons servi à nos actionnaires la plus forte croissance d'ANR (actif net réévalué) par action sur la période, toutes SIIC (sociétés d'investissements immobiliers cotées) du secteur confondues.

02 Pourquoi avoir créé Citizers ?

AF : Cette nouvelle entité du Groupe vise à valoriser notre savoir-faire de « fabrique de commerces »,

que les promoteurs immobiliers ne possèdent pas. Cette expertise dans des opérations mixtes en tissu urbain dense fera de FREY un ensemblier urbain à part entière. Comme l'illustre le premier succès de Citizers à Rennes, elle marque aussi notre volonté de ne plus être cantonné à être un opérateur d'entrée de ville, mais de pénétrer dans la ville. Cela, pour y déployer des projets, dont le commerce – autour duquel se sont toujours construites les villes – constitue le socle pour jouer le rôle d'activateur de l'espace public.

03 Quels sont les enjeux et les défis pour 2019 ?

AF : Ils sont nombreux. Cela va de la livraison et l'ouverture au public du Shopping Promenade® d'Arles, à l'avancée des travaux de ceux de Claye-Souilly et Strasbourg qui ouvriront en 2020, en passant par le lancement des chantiers de projets qui arrivent à maturité comme celui de Marseille. Nous devons aussi nous atteler à transformer l'essai de Rennes pour mettre Citizers sur les bons rails grâce à un ou plusieurs nouveaux projets. Enfin, nous devons poursuivre notre expansion

à l'international. Après avoir mis un pied en Espagne, FREY doit y déployer son modèle économique et une équipe pour y développer des actifs.

04 À quoi ressemblera un projet FREY dans le futur ?

AF : Il sera bien sûr exemplaire sur le plan environnemental, mais aussi mutable pour s'adapter à de futurs changements d'usage. Et il sera aussi et surtout mixte (commerces, bureaux, logements, hôtellerie...) pour former un morceau de ville cousu socialement à la cité, pour que ceux qui vivent autour se l'approprient. Pour cela, il devra être un espace où les gens se sentent bien grâce à une multitude de petits détails, et où ils ont envie de se croiser, de s'épanouir au quotidien. Donc, un lieu authentique et convivial, à l'image de l'ADN de FREY et de ses collaborateurs qui ne fabriquent pas des m², mais du *Feel Good*. **FIN**

être pionnier

En 35 ans, FREY s'est imposé comme l'acteur le plus innovant de son secteur. Pionnier des *retail parks* écologiques et inventeur d'une nouvelle génération de centres commerciaux de plein air, il pénètre aujourd'hui au cœur des villes. Pour y créer de nouveaux quartiers *Feel Good* multi-usages.

2019

FREY remporte le concours du Palais de Commerce à Rennes. Développé par Citizers, son entité dédiée aux programmes urbains mixtes, ce projet de centre-ville proposera en 2025 des commerces, des bureaux, un hôtel et de nombreux services innovants.

2013

À Troyes, FREY réalise la première requalification française d'une entrée de ville commerciale, engageant un mouvement vertueux de renouvellement urbain et commercial des entrées d'agglomération.

2005

Le commerce passe au vert. En créant le concept Greencenter®, FREY gagne le statut de pionnier des *retail parks* écologiques.

2022

FREY inaugurera à Montpellier « Ode à la mer », le premier grand projet urbain du groupe, mixant les usages au sein d'un nouveau quartier à part entière.

2017

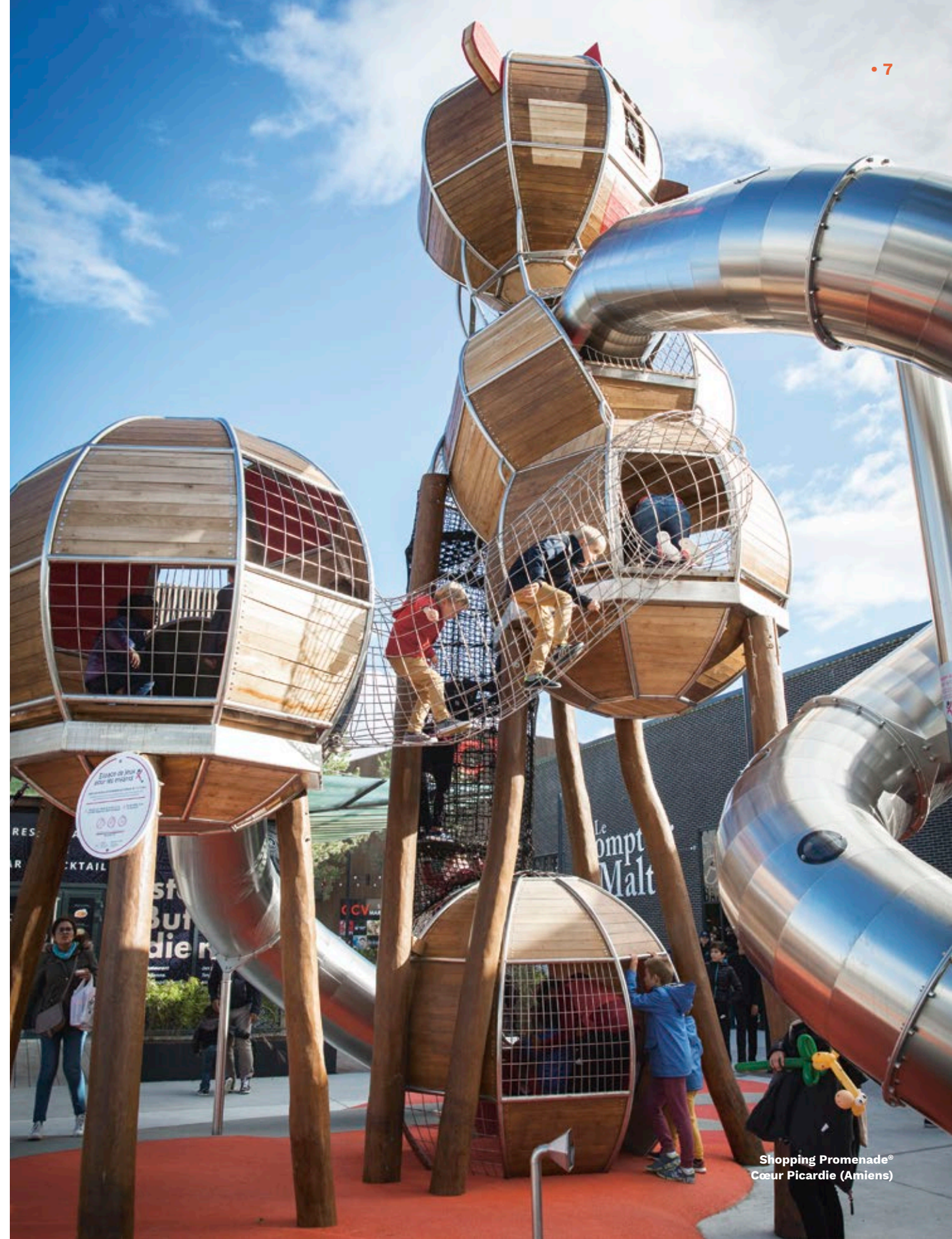
Inauguration à Amiens du premier opus du concept FREY Shopping Promenade®, la nouvelle génération de centre commercial de plein air, conçue pour offrir, dans un véritable lieu de vie, une « expérience augmentée » à ses usagers.

2008

Antoine Frey rachète la société FREY, la transforme en foncière cotée à la Bourse de Paris (SIIC) et en change le modèle économique.

1983

Naissance d'Immobilière FREY, qui érige les premières zones commerciales de périphérie, fondées à l'époque sur l'étalement horizontal de « boîtes en bardage métallique ».



Shopping Promenade®
Cœur Picardie (Amiens)

être entreprenant

MARS 2018

10 ans de cotation en Bourse. En fêtant le 10^e anniversaire de son entrée sur Euronext Paris, FREY confirme l'efficacité de son *business model*. En une décennie, l'ANR par action a progressé de +323 %. C'est la meilleure performance enregistrée sur la période parmi toutes les foncières du secteur.

+323 % DE PROGRESSION

MAI 2018

Succès de l'augmentation de capital. FREY lève 201,9 millions d'euros. Ces fonds permettent au Groupe de renforcer sa structure financière et actionnariale pour financer, notamment, le lancement de projets en cours de développement et l'acquisition de nouveaux actifs.

201,9 MILLIONS
D'EUROS

AVRIL 2018

Retour en Espagne. FREY acquiert le Parc Vallès, situé au nord-ouest de Barcelone, pour un montant de 82,5 millions d'euros. Ce centre commercial de plein air, au positionnement shopping (Mango, Nike, Maisons du Monde...) et loisirs (cinéma de 16 salles), a attiré 13,2 millions de visiteurs en 2018.

13,2 MILLIONS
DE VISITEURS



JUIN 2018

3 nouveaux Shopping Promenade® en chantier.

Avec le lancement des travaux, le compte à rebours commence pour les trois projets en développement du nouveau concept FREY inauguré à Amiens en 2017. Arles (18 000 m²) sera le premier à ouvrir ses portes

au quatrième trimestre 2019. Suivront ceux de Claye-Souilly, en Île-de-France (44 000 m², dont 9 000 m² de loisirs) et de Strasbourg (70 000 m², dont 8 000 m² de loisirs) en 2020.

132 000 m²
LA SURFACE DES 3 PROJETS
EN CONSTRUCTION

SEPTEMBRE 2018

Préparer l'avenir. FREY devient partenaire du master Distribution et relation client de l'université Paris-Dauphine, chez qui le Groupe externalise pendant un an son laboratoire d'innovation pour associer ses étudiants de la conception au déploiement du nouveau concept de Social Club au sein des Shopping Promenade®. En janvier 2019, FREY est également devenu partenaire de la chaire Immobilier et développement durable de l'ESSEC.

70 ÉTUDIANTS
PARRAINÉS
**OCTOBRE 2018****Pari gagné à Amiens !**

Un an après son ouverture, le premier Shopping Promenade® Cœur Picardie enregistre une fréquentation record, confirmant le succès du tout dernier concept de centre commercial à ciel ouvert conçu par FREY. Une réussite récompensée par le Trophée du CNCC et le Janus 2018 du Commerce de l'Institut français du Design, ainsi que par l'arrivée de nouvelles enseignes (Columbus Café, 231 East Street, Poltronsofa et JD Sports).

4,9 MILLIONS DE VISITEURS
EN 1 AN


Shopping Promenade®
Cœur Picardie (Amiens)

120 MILLIONS
D'EUROS
NOVEMBRE 2018**Accroissement et diversification du financement de 120 millions d'euros.**

FREY a augmenté la taille de son crédit corporate existant signé en 2017 (de 300 millions d'euros à 350 millions d'euros), tout en étendant la maturité du crédit et en optimisant les conditions de financement. Le Groupe a également signé, avec un nouveau pool bancaire, un crédit syndiqué d'un montant de 70 millions d'euros, d'une durée initiale de cinq ans.



Futur Palais du Commerce de Rennes.
Premier projet gagné par Citizers

DÉCEMBRE 2018**FREY crée Citizers.**

Dirigée par Roger Barbary et Pascal Allançon, cette nouvelle entité du Groupe se positionne sur le développement de projets mixtes urbains.





être collégial



COMITÉ DE DIRECTION

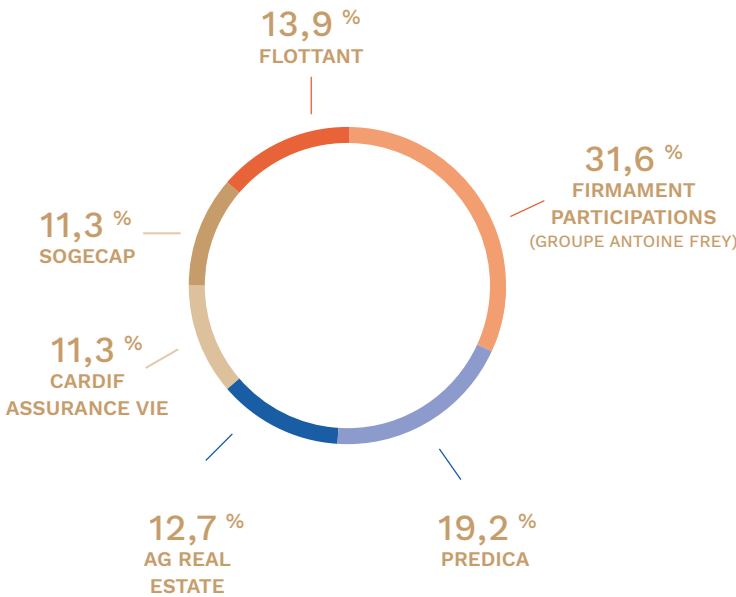
DE GAUCHE À DROITE

Guillaume Artaud, Directeur Juridique | François Vuillet-Petite, Directeur Général Délégué
Antoine Frey, Président-Directeur Général | Pascal Barboni, Directeur Général Délégué au Développement
François-Xavier Anglade, Directeur de l'Asset Management et des Acquisitions
Emmanuel La Fonta, Directeur Financier et Ressources Humaines | Sébastien Eymard, Directeur Général
Délégué Finances & Stratégie | Mathieu Mollière, Directeur de la Communication, du Marketing et de l'Innovation

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Antoine Frey, Firmament Participations
Aude Frey, Firmament Participations
Jean-Pierre Cédelle, Firmament Participations
Jean-Noël Dron, Firmament Participations
Thomas Riegert, Firmament Participations
Yann Briand, Sogecap
Magali Chessé, Predica
Brigitte Gouder de Beauregard, AG Finance
Nathalie Robin, Cardif Assurance Vie
Jean Lavieille, Administrateur indépendant

RÉPARTITION DU CAPITAL FREY AU 31/12/2018



LISTE DES CENSEURS

Jean-Christophe Littaye, CIC Investissement
Benoît Mercier, Caisse d'Épargne
Gilles Emond, AG Finance
Françoise Debrus, Predica
Franck Mathe, Effi Invest II

COMITÉ D'INVESTISSEMENT

Antoine Frey
Président
•
Yann Briand
Jean-Pierre Cédelle
Françoise Debrus
Brigitte Gouder de Beauregard
Nathalie Robin

COMITÉ D'AUDIT

Jean Lavieille
Président
•
Jean-Pierre Cédelle
Magali Chessé
Brigitte Gouder de Beauregard
Nathalie Robin

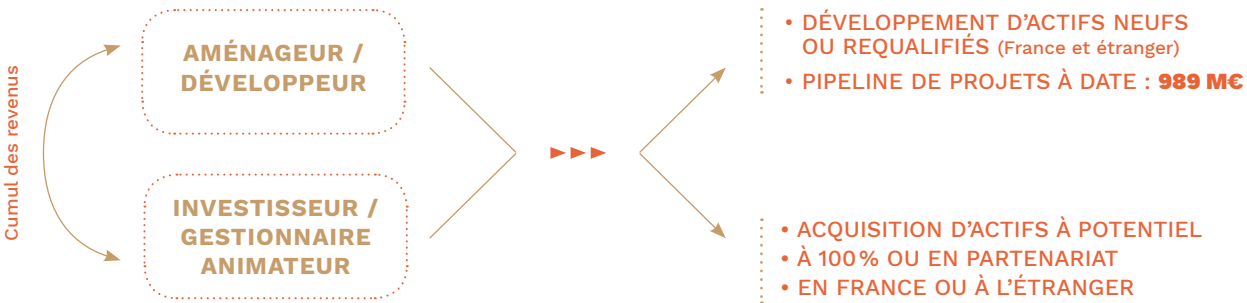
COMITÉ DES NOMINATIONS ET DES RÉMUNÉRATIONS

Yann Briand
Président
•
Magali Chessé
Jean-Noël Dron
Brigitte Gouder de Beauregard
Jean Lavieille

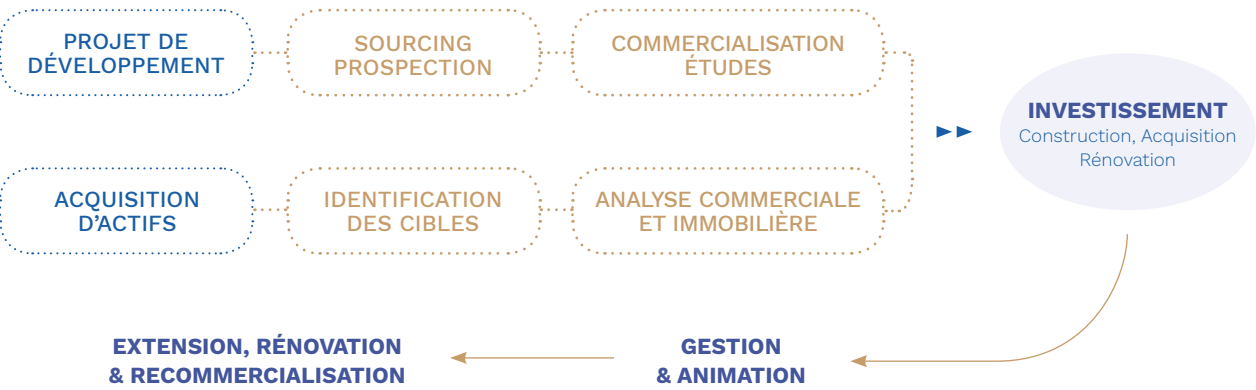


Depuis plus de 10 ans, FREY optimise la création de valeur pour ses actionnaires grâce à la force de son modèle, qui repose sur la maîtrise de l'ensemble des compétences et des savoir-faire de l'immobilier commercial.

Un modèle éco-vertueux



Une maîtrise totale de notre chaîne de valeur



Shopping Promenade®
Cœur Picardie (Amiens)

être
attractif

+ 1,4 %

DE FRÉQUENTATION EN 2018

Fréquentation actifs FREY périmètre France
Vs -6,7 % : chiffres PROCOS fréquentation tous commerces physiques en 2018

« La belle performance de nos actifs conforte notre stratégie de développement : offrir des lieux toujours plus attractifs, vecteurs d'une expérience conviviale et valorisante pour les consommateurs, au sein d'un environnement qui les respecte, favorise les échanges et participe à tisser un lien social devenu indispensable dans notre société. »

ANTOINE FREY

PATRIMOINE

EN EXPLOITATION

PATRIMOINE ÉCONOMIQUE

729,8 M€

SURFACE

365 000 m²

TAUX D'OCCUPATION

96,7 %

LOYERS
(LMG BRUT)

42,6 M€

CHIFFRE D'AFFAIRES
DES ENSEIGNES*

+1,2 %

* Actifs FREY périmètre France
Vs -3,3 % : chiffres PROCOS fréquentation tous commerces physiques en 2018

PROJETS

PATRIMOINE
EN DÉVELOPPEMENT

SURFACES COMMERCIALES

331 000 m²

INVESTISSEMENTS

829 M€

LOYERS POTENTIELS

64,6 M€



INDICATEURS FINANCIERS



ANR DE CONTINUATION

34,4 €

PROPOSITION DE DIVIDENDE
AU TITRE DE 2018

1,20 €

LTV NET DROITS
INCLUS

26,1%



être à l'écoute

— **Olivier Badot,**

*Docteur en Économie et Anthropologie,
spécialisé en prospective du commerce
et de la distribution, Professeur à ESCP
Europe et à l'université de Caen*



La question :

En quoi les attentes des consommateurs ont-elles changé depuis l'essor du e-commerce ? Et que doivent faire les magasins pour y répondre ?

La réponse d'Olivier Badot :

On observe la propagation, partout et tout le temps, d'une culture de l'arbitrage beaucoup plus forte que par le passé. Le consommateur arbitre entre le commerce digital, physique ou « phygital » selon plusieurs critères (coût, taux d'effort, expérience...). Mais, contrairement aux idées reçues, il n'a pas d'affect positif ou négatif pour un format plutôt qu'un autre. Toutefois, pour concurrencer le commerce en ligne, le commerce physique, qui fait l'objet d'un ressenti négatif plus élevé, doit évoluer. Les consommateurs

attendent de lui la réduction totale des efforts. Dont bien sûr d'être au plus près de là où ils se trouvent ou de là où ils circulent, mais aussi de leur permettre de se repérer et de s'informer facilement à l'intérieur du magasin. Et quand ils se rendent dans un commerce de destination qui les fait quitter leur zone de confort, ils attendent une expérience shopping exceptionnelle : une offre de qualité et des produits authentiques, et, au-delà de l'acte d'achat, un accueil convivial, de l'esthétique, de l'émotion, du divertissement, de la culture...

La question :

Les entrées de ville ont longtemps été délaissées par les aménageurs. En quoi leur requalification est-elle devenue indispensable et comment la conduire ?

La réponse de Robert Herrmann :

L'Eurométropole de Strasbourg est aujourd'hui confrontée à un véritable défi, celui de restructurer ses entrées d'agglomération pour promouvoir un développement cohérent et harmonieux des territoires. La Zone Commerciale Nord n'avait pas connu de rénovation conséquente depuis sa construction. Les objectifs

de la Métropole et des maires des communes concernées étaient de proposer de nouvelles destinations de commerces et de services, tout en transformant simultanément les paysages et les quartiers alentour. Seul un véritable spécialiste pouvait porter à la fois l'investissement nécessaire et la maîtrise d'ouvrage de cet ambitieux projet.

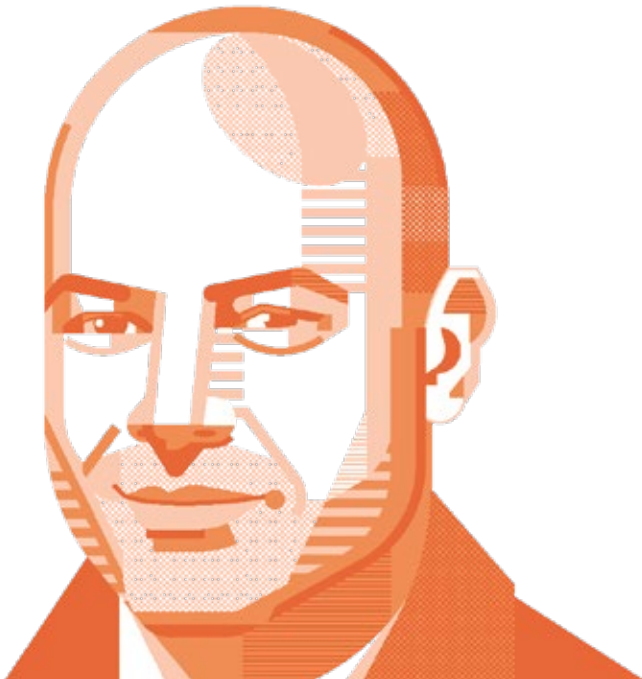
— **Robert Herrmann,**
*Président de l'Eurométropole
de Strasbourg*



TEXTES

LE
F
N
T
O
L
O
O
A

—
Dan Ohnona,
*Directeur du Patrimoine
et de l'Expansion
du Groupe FnacDarty*



La question :
À l'heure où certains estiment que le commerce physique est condamné à être étouffé par le e-commerce, comment faites-vous évoluer les réseaux de magasins ?

La réponse de Dan Ohnona :
Cessons d'opposer commerce physique et digital. Nos clients sont contents de pouvoir acheter leur TV sur fnac.com ou darty.com, et de savoir qu'un magasin leur permet de trouver conseil et écoute. Nous n'avons d'ailleurs jamais ouvert autant de points de vente que grâce à Internet. Avec 60 à 70 ouvertures par an, nous sommes l'un des derniers acteurs du commerce physique à poursuivre un rythme aussi élevé d'expansion pour répondre à l'attente du consommateur qui a besoin

de repères et de choix éclairés face à l'offre pléthorique des *pure players*. Et ce, en diversifiant nos formats : gares, aéroports, universités, stations-service, centres-villes... Mais aussi les *retail parks* de périphérie. En intégrant de l'architecture, du design, des services et des restaurants, ces espaces apportent aux visiteurs une expérience, du divertissement, des moments de plaisir. Et fait du bien à tous, en nous redonnant envie d'aller à la rencontre des autres et de rompre avec l'individualisation des supports digitaux.

La question :
Que doivent faire les lieux de commerce pour s'adapter aux changements des modes de consommation et aux transformations de la société ?

La réponse de François Lemarchand : La société de consommation qui a modelé le paysage commercial depuis les années 1970 est révolue. Car les aspirations des consommateurs ne sont plus les mêmes qu'hier. Ils deviennent de plus en plus citoyens dans leur acte d'achat et se posent des questions sur l'impact des produits qu'ils achètent sur l'environnement, l'emploi ou la santé. Ils sont en permanence tiraillés entre l'envie de se faire plaisir et la crainte de détruire la planète. Les lieux de commerce, qui se contentaient jusqu'ici de rendre un service commercial en regroupant des magasins sur un même lieu, doivent apaiser cette dichotomie. D'abord par leur conception et leur architecture, qui doivent démontrer qu'ils prennent en compte

l'environnement. Ensuite, et surtout, en devenant, comme le propose FREY de façon très intelligente, des lieux de sociabilité, plus que de simples lieux de commerce, avec des services publics, des cabinets de médecins, des espaces pour les associations... Ce concept très innovant de « social shopping » répond aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui, qui veulent retrouver, dans des lieux de commerce de périphérie à taille humaine où ils peuvent se rencontrer et se parler, la convivialité et la diversité d'un centre-ville.



—
François Lemarchand,
Fondateur de Nature et Découvertes

être audacieux

Aménageur, développeur, investisseur, gestionnaire-animateur..., chez FREY nous disposons d'une palette unique de savoir-faire complémentaires pour renouveler les entrées de ville, développer de nouvelles destinations commerciales, ou fabriquer les nouveaux lieux mixtes de la ville de demain. Et en faire des lieux *Feel Good* qui contribuent au dynamisme de leur territoire.

1

LE RENOUVELLEMENT URBAIN ET COMMERCIAL DES ENTRÉES DE VILLE

FREY est aux côtés des élus pour qu'ils réussissent leurs projets de requalification d'entrée de ville et de création de nouveaux ensembles mixtes au cœur des villes.

NOS SAVOIR-FAIRE

3

LES PROJETS URBAINS MIXTES

Avec Citizers, FREY développe de nouveaux lieux urbains, mixant les usages, ouverts sur la ville et ses habitants.

2

LE DÉVELOPPEMENT OU LA RÉGÉNÉRATION DES NOUVELLES DESTINATIONS COMMERCIALES

En concevant des lieux de commerce de plain air centrés sur le bien-être, FREY offre un cadre privilégié aux enseignes pour développer l'attractivité et les performances de leurs points de vente.

Focus sur

ODE À LA MER

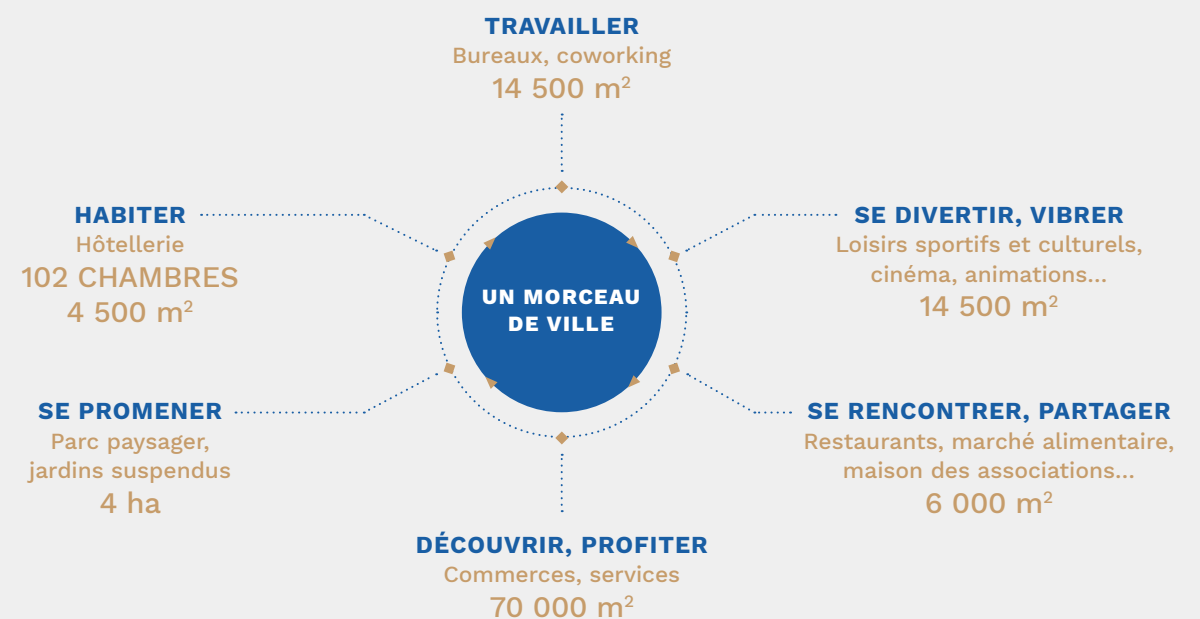
MONTPELLIER – PÉROLS

Ode à la mer est le nouveau grand projet urbain de FREY.

C'est un parfait exemple d'un grand projet urbain mixant les usages et les destinations. Nouveau quartier à part entière, véritable morceau de ville dense et pluriel, Ode à la Mer regroupera une offre de commerces, de loisirs, de restauration, mais également des bureaux, un hôtel, ainsi qu'une large palette de services. FREY est le partenaire privilégié des collectivités pour imaginer la ville de demain.

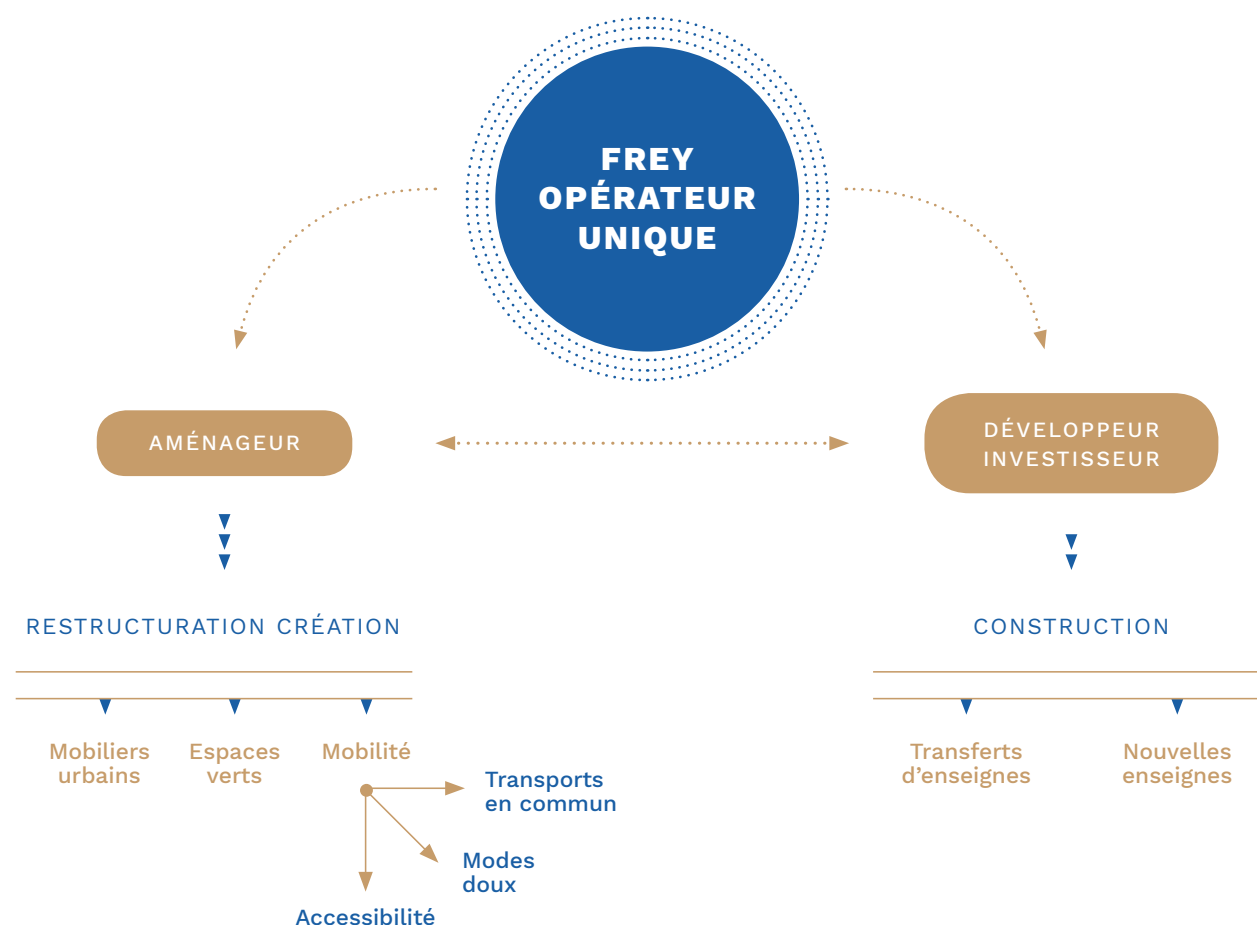


Ode à la mer : vivre la ville durablement



1 Le renouvellement urbain et commercial des entrées de ville

Grâce à sa maîtrise de l'ensemble de la chaîne de valeur de l'immobilier, FREY accompagne les grandes agglomérations et leurs élus dans leurs projets de requalification commerciale d'entrées de ville.



Focus sur L'AMÉNAGEMENT DE STRASBOURG NORD

Un projet de requalification unique à l'échelle européenne

- ◆ Une requalification des espaces publics existants : rénovation de voiries, création de nouveaux accès, de pistes cyclables, d'aménagements paysagers...
- ◆ Le développement de nouvelles polarités commerciales au sud de la zone (Shopping Promenade® et Agroparc), ainsi qu'au centre.
- ◆ La réalisation d'une zone de logements au nord sur les fonciers libérés suite au transfert des enseignes.

171 M€ D'INVESTISSEMENT

150 HECTARES RÉPARTIS SUR 4 COMMUNES

500 M€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES

3 000 EMPLOIS

180 MAGASINS

2 Le développement ou la régénération des nouvelles destinations commerciales

En concevant des lieux de commerce de plein air centrés sur le bien-être, FREY offre un cadre privilégié aux enseignes pour développer l'attractivité et les performances de leurs points de vente.

UNE EXPÉRIENCE AUGMENTÉE

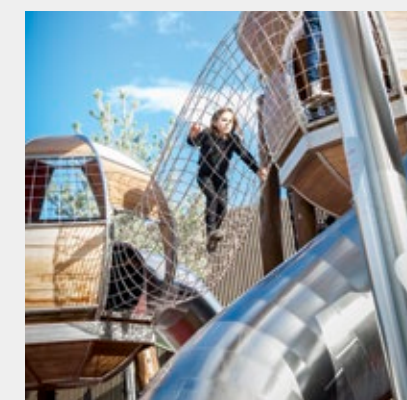
Le Shopping Promenade® est d'abord un lieu de vie et de partage *community oriented*, porteur de lien social et de proximité. Rythmé par un calendrier d'animations tout au long de l'année, il propose un parcours vecteur d'émotions positives. Ses grandes aires de jeux gratuites en font la destination de toutes les familles.

UNE OFFRE PLURIELLE

Le Shopping Promenade® est une destination incontournable, grâce à son offre diversifiée qui répond à toutes les envies : des enseignes tendance, un univers de restauration inventif, des services de proximité ou des loisirs attractifs et inédits pour toute la famille.

UN CADRE VALORISANT

Shopping Promenade®, c'est une balade commerciale à ciel ouvert dans un site qui respecte autant les hommes que leur environnement. Attentif au bien-être de tous, il se distingue par ses codes urbains surprenants comme par son design pluriel et diversifié, créant un écrin propice à une promenade émotionnelle.



Focus sur

SHOPPING PROMENADE® CŒUR PICARDIE AMIENS

- ◆ Premier-né du concept Shopping Promenade® Cœur Picardie a, sur sa première année de lancement, réussi son pari.
- ◆ Ses 4,9 millions de visiteurs ont pu profiter des différentes offres commerciales et culturelles du centre.

40 MAGASINS
& RESTAURANTS

4,9 MILLIONS
DE VISITEURS

3 Les projets urbains mixtes



En s'appuyant sur son expertise des lieux de vie, FREY a créé Citizers. Avec cette nouvelle entité, le Groupe élargit son périmètre d'intervention pour développer des projets urbains mixtes implantés au cœur des villes. Avec une ambition : contribuer à fabriquer une ville de demain humaine, durable et émotionnelle, dont le développement se conjugue avec le bien-être de ses habitants.



♦ **Pascal Allançon
& Roger Barbary**
Directeurs associés

C'est quoi un projet urbain mixte et qu'a-t-il d'innovant ?

C'est un ensemble immobilier hybride et cohérent, mixant différents usages qui, historiquement, ne se mélangeaient pas nécessairement (commerces, bureaux, logements, équipements publics, salles de spectacles, loisirs, restauration, hôtellerie...), et qui créent ensemble une expérience originale et différente. Son caractère innovant réside aussi dans l'échelle des projets, qui va de l'immeuble jusqu'au quartier.

Que propose FREY de plus ou de différent par rapport aux autres promoteurs de projets urbains ?

Notre approche consiste à démarrer la réflexion par l'expérience humaine et l'usage, et non par l'angle de l'urbanisme, de l'architecture et de la ville. L'objectif est de concevoir un socle actif qui sera un lieu de vie animé pour ses futurs habitants

et usagers et qui, au-delà, créera une centralité capable d'attirer un public bien plus large. Puis nous imbriquons sur ce socle les complémentarités et les usages plus classiques (logements, bureaux, hôtels...) pour créer un ensemble cohérent.

Pourquoi FREY se lance-t-il sur ce type de projets et en quoi est-il légitime ?

Notre légitimité est totale de par notre ADN, notre histoire et notre approche. Nous concevons depuis toujours des lieux de vie pour les familles. Fort de ce positionnement, nous pouvons élargir notre zone d'intervention, de la périphérie des villes au cœur de ville, en passant par les franges intermédiaires que nous opérons déjà. Et devenir ainsi progressivement, grâce à Citizers, un acteur urbain complet.



Focus sur

LE PALAIS DU COMMERCE RENNES

Avec le gain du concours du Palais du Commerce de Rennes, organisé par la ville et Poste Immo, FREY et Citizers en partenariat avec Engie Avenue, signent leur premier programme urbain mixte. Conçu par les architectes MVRDV et Bernard Desmoulin, il verra cet ancien bâtiment postal iconique de Rennes se transformer en un lieu de partage et de transmission au service des Rennais. Destiné à devenir un lieu de vie incontournable du centre-ville, il témoigne de la volonté de FREY et Citizers d'accompagner les collectivités dans la fabrication de la ville de demain. Et de développer, avec elles, des programmes exemplaires en matière de mixité urbaine, d'activation de l'espace public et de développement durable.

L'innovation au service des lieux et de leurs usagers



Répondre aux enjeux des nouveaux usages urbains, valoriser la mixité au travers de programmes toujours plus ambitieux, insuffler l'innovation au cœur de notre développement : voilà résumées les principales missions du LAB FREY.



LE PÔLE MÉDICAL

Regroupant différents métiers des univers de la santé et du bien-être, le concept de pôle médical imaginé par le LAB FREY trouvera naturellement sa place parmi les nombreux services proposés au sein des grands projets urbains de la foncière. Au cœur du Shopping Promenade® Cœur Alsace (Strasbourg), il proposera notamment un cabinet d'ophtalmologie, une parapharmacie ou encore une salle de fitness.

L'ESPACE DE COWORKING

« Morceau de ville » à part entière, Ode à la Mer (Montpellier) proposera 15 000 m² de surface de bureaux, dont une partie sera conçue par FREY. Au sein de ce programme, le LAB FREY contribuera à l'intégration et à la gestion d'un concept de coworking dans l'écosystème d'Ode à la Mer.

LE PARTENARIAT AVEC INNOVACT

FREY est, depuis 2016, partenaire du technopôle Innovact, principal incubateur rémois et facilitateur pour les créateurs de start-up.

OBJECTIF : dénicher, accompagner et financer les pépites du *retail*, des loisirs, des services et de la restauration de demain.



Focus sur

LE SOCIAL CLUB

Un lieu de vie

Pierre angulaire sociétale des programmes développés par FREY, le Social Club est imaginé comme un espace polyvalent, convivial et ouvert à tous les usagers.

Un lieu de rassemblement

Ouvert sur la ville et toutes ses composantes, le Social Club célèbre la proximité et l'ancrage local sous de multiples facettes.



Les piliers



Le partenariat

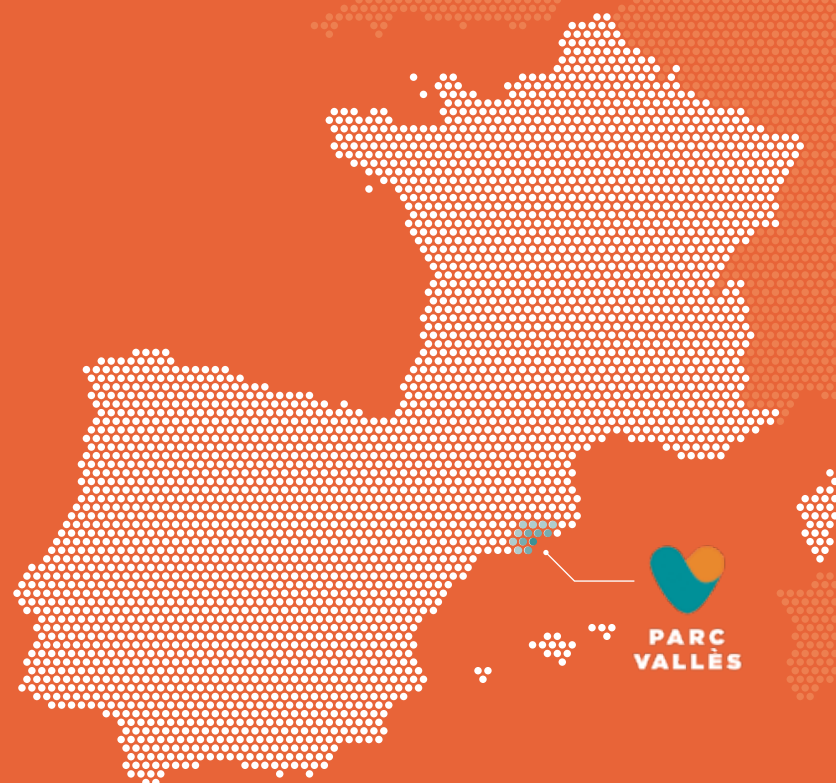
Le Social Club : un concept du LAB FREY en partenariat avec l'université de Paris-Dauphine.



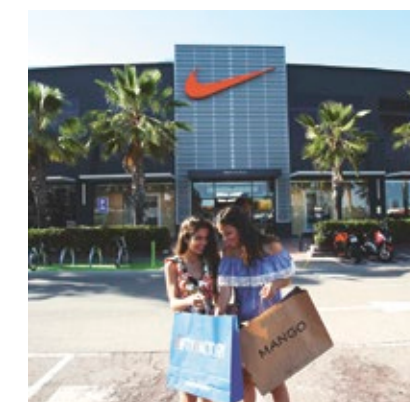
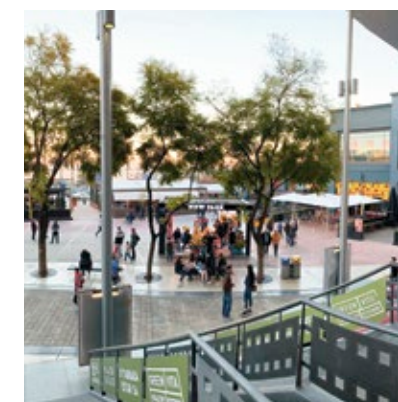
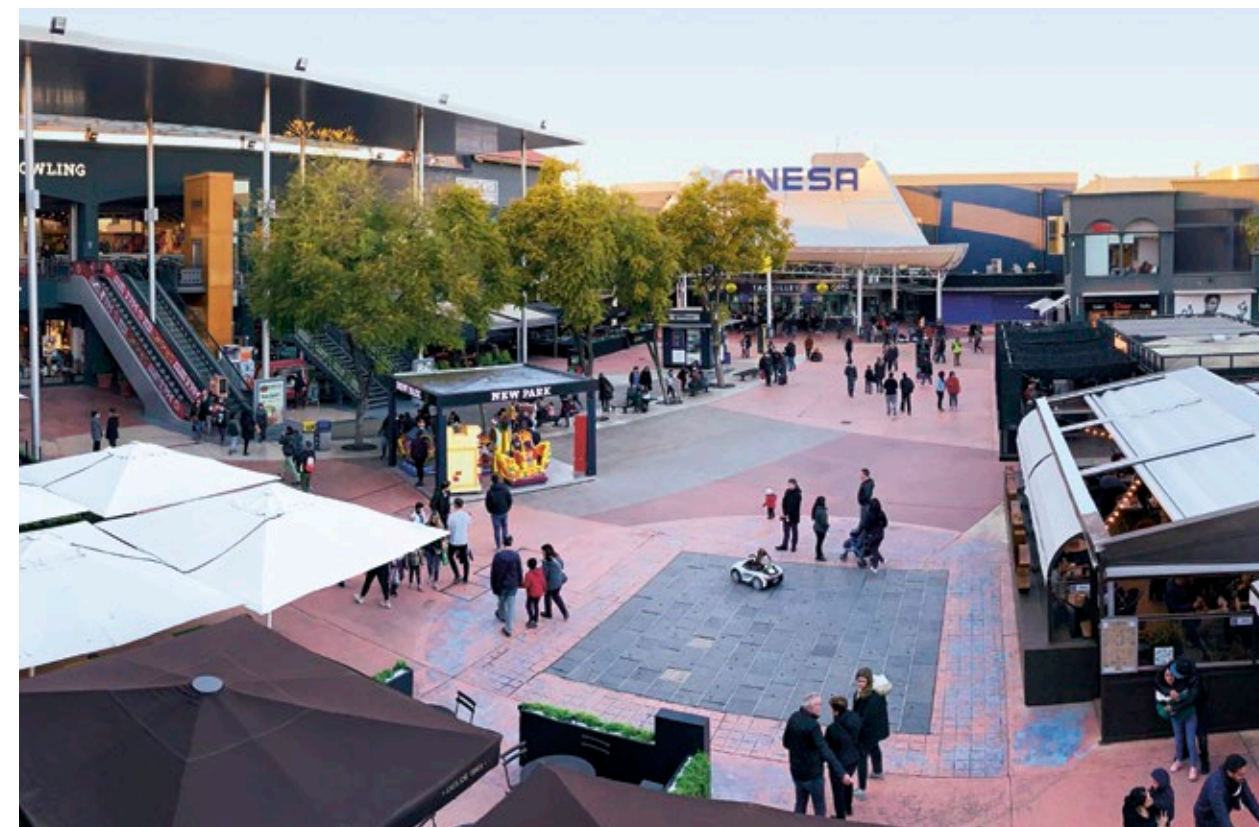
FREY est partenaire de l'université de Paris-Dauphine et parraine le master Parcours distribution et relation client. Dans le cadre de ce partenariat, les 30 étudiants du master ont directement contribué, lors de leur année universitaire 2018-2019, à la conception du Social Club. Il en ressort un projet « pilote » qui a ouvert sur le Shopping Promenade® d'Amiens le 1^{er} mars 2019.

être ouvert

Historiquement présent à l'étranger via différents actifs depuis arbitrés, FREY a relancé en 2018 son développement européen avec l'acquisition de Parc Vallès en Espagne.



L'Espagne, avec un marché très actif ces dernières années, connaît un nouveau rebond pour le développement de lieux de commerce de plein air.



Focus sur
PARC VALLÈS
TERRASSA - BARCELONE

46 ENSEIGNES

13,2 MILLIONS DE VISITEURS

1 CINÉMA MULTIPLEXE 16 SALLES

être responsable

La prise en compte du développement durable fait partie intégrante de l'ADN de FREY. Le Groupe s'engage dans la conception, la construction et la gestion d'espaces commerciaux écologiquement responsables. FREY est l'opérateur français de centres commerciaux de plein air le plus certifié !



L'ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL DE FREY, C'EST...

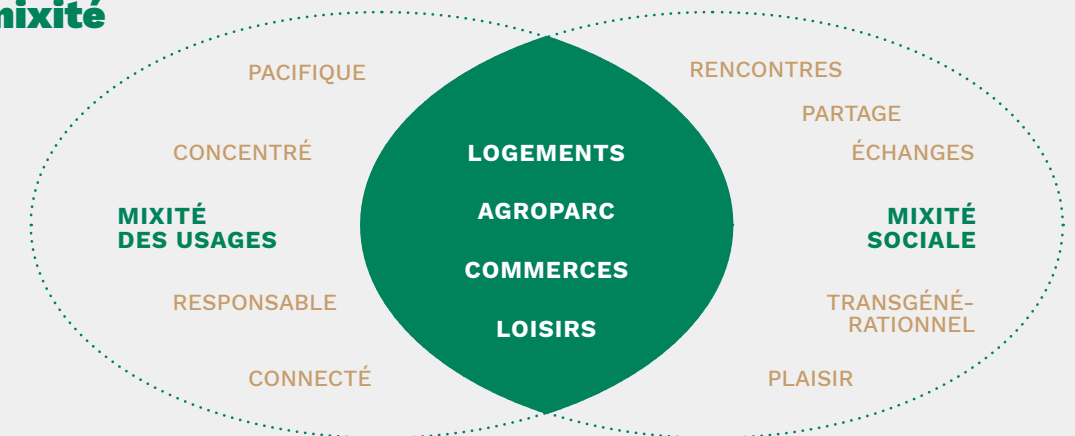
- L'engagement systématique pour tous les projets portés par la foncière d'une démarche de certification (BREEAM® et/ou HQE® NF Bâtiments tertiaires).
- La mise en place d'un SMG (système de management général), afin d'optimiser les performances et d'atteindre les objectifs fixés par la certification.
- La présence de la biodiversité au travers d'attentions particulières portées à la conception ou à l'exploitation des actifs (hôtel à insectes, ruches...).

12 SITES CERTIFIÉS

10 RÉALISATIONS LABELLISÉES VALORPARK®



Un exemple de mixité



Focus sur

L'AGROPARC DU SHOPPING PROMENADE® CŒUR ALSACE

STRASBOURG

FREY a développé, autour de son Shopping Promenade® Alsace, un concept innovant sous la forme d'un Agroparc de 7 ha. Cet espace de production agricole, dont les produits seront cultivés sur site, proposera un concept de cueillette urbaine, ainsi qu'un restaurant mettant en avant les produits bio et locaux issus de cette filière ultra-courte.

L'Agroparc repose sur une conviction profonde : restructurer le commerce et l'urbanité d'une entrée

de ville, tout en mettant en avant les opportunités de la terre environnante et, ce faisant, restaurer un contact avec l'agriculture de proximité plébiscitée par les consommateurs urbains.

Ce projet a été conçu en impliquant l'ensemble des acteurs locaux : collectivités publiques, élus et agriculteurs. Il en ressort un lieu unique et singulier, valorisant la mixité sociale au travers de ses futurs usagers (jeunes, adultes ou seniors, visiteurs, habitants ou salariés de la ZAC...).

être engagé

Chez FREY, l'engagement sociétal est au cœur de la démarche RSE. Qu'elle soit arty, sportive ou associative, la démarche de l'entreprise s'ancre dans une volonté de toujours mieux faire vivre la ville.

UN PARTENAIRE ÉCONOMIQUE

Lorsque l'entreprise s'engage sur le long terme auprès des collectivités locales et de leurs représentants, en développant son savoir-faire d'aménageur et de développeur, elle s'investit systématiquement dans la dynamique sociale et économique locale, notamment auprès de demandeurs d'emploi des bassins de vie concernés. À ce titre, une convention avec Pôle Emploi et les missions locales est signée de manière systématique au sein même de la ville d'implantation du projet. Cette démarche vertueuse s'exprime également *via* des partenariats sportifs et du mécénat auprès d'associations culturelles ou caritatives.

UN ACTEUR DE LA VILLE

FREY est membre bienfaiteur de la Fondation Palladio, créée en 2008 pour accompagner les acteurs de la construction de la ville et des lieux de vie.



UN MÉCÈNE ARTISTIQUE

Au travers de sa collection privée, ou des œuvres réalisées sur les façades de ses Shopping Promenade®, FREY affirme son soutien à l'art contemporain et aux nombreux artistes qui le font vivre et rayonner.



Focus sur

CUISINE MODE D'EMPLOI(S)



FREY est mécène depuis 2013 de l'école Cuisine Mode d'emploi(s) fondée par le chef Thierry Marx. Ce partenariat de long terme, qui s'inscrit dans la volonté du Groupe de s'engager pour la réinsertion des publics éloignés de l'emploi et la création de lien social dans les villes, trouvera un nouveau prolongement prochainement, au sein du Palais du Commerce de Rennes, développé par FREY. Outre une nouvelle école Cuisine Mode d'emploi(s), ce dernier accueillera Hôtel Mode d'Emploi(s), une école de formation aux métiers de l'hôtellerie s'adressant aux mêmes publics : des personnes en réinsertion, de tous les âges et sans expérience professionnelle dans le secteur. Les stagiaires seront accueillis dans l'hôtel Aloft (groupe Marriott) et les différents espaces de restauration du site.

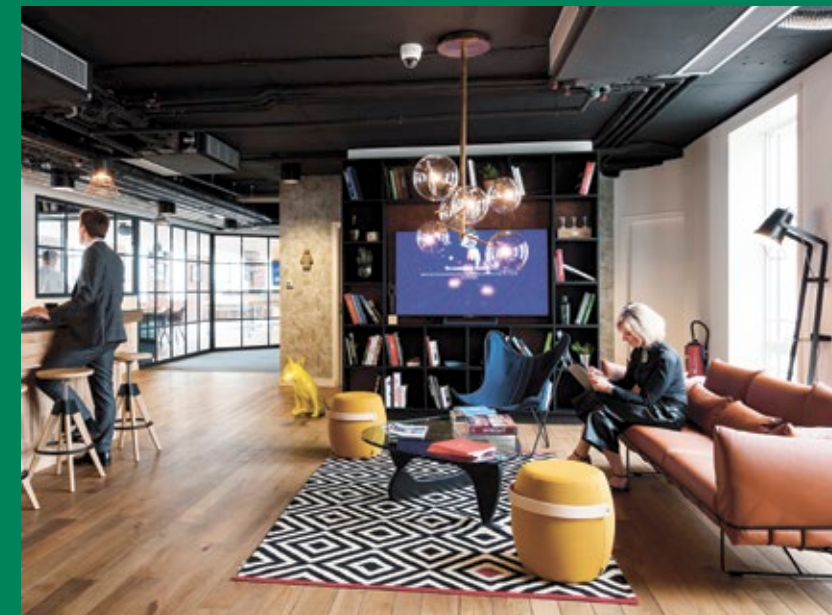
150 PERSONNES ÉLOIGNÉES DE L'EMPLOI RÉINSÉRÉES PAR AN

être volontaire

Avec 85 collaborateurs, FREY s'investit pour le bien-être de ses employés. Salle de sport, cours de sport, cuisinier pour le déjeuner, on essaye d'être *Feel Good* jusque dans nos bureaux !



TRAVAILLER
À REIMS OU À PARIS



85

COLLABORATEURS



notre patrimoine

50 - 51
Shopping Promenade®
Cœur Picardie
AMIENS (80)

52
Clos du Chêne
MARNE-LA-VALLÉE (77)

53
SuperGreen
TERVILLE (57)

54
BeGreen
TROYES (10)

55
O'Green
AGEN (47)

56
Green 7
SALAISE-SUR-SANNE (38)

57
Parc des Moulins
SOISSONS (02)

58
Times Square
REIMS (51)

59
Cap Emeraude
DINARD (35)

60 - 61
Parc Vallès
ESPAGNE

Shopping Promenade®
Cœur Picardie

AMIENS (80)

Shopping Promenade
COEUR PICARDIE



PRINCIPALES ENSEIGNES

Cultura, Jardiland, Columbus Café,
Mango, CCV, JD Sports, 231 East
Street, Henri Boucher, Action...

OUVERTURE
2017

SURFACE
40 000 m²

VISITEURS EN 2018
4,9 M

MAGASINS ET RESTAURANTS
40



Clos du Chêne

MARNE-LA-VALLÉE (77)



PRINCIPALES ENSEIGNES

Burger King, Darty, Maisons du Monde, Boulanger, Picard, Damart, Passage Bleu, Intersport, E.Leclerc...

OUVERTURE	SURFACE	VISITEURS EN 2018	MAGASINS ET RESTAURANTS
2007	52 000 m²	10,4 M	62

SuperGreen

TERVILLE/THIONVILLE (57)



PRINCIPALES ENSEIGNES

Armand Thiery, Carré Blanc, Dock39, Grand Frais, Promod, Self Tissus, King Jouet, Optic 2000, Intersport, Du Pareil Au Même, Liberty Park...



OUVERTURE	SURFACE	VISITEURS EN 2018	MAGASINS ET RESTAURANTS
2015	30 000 m²	5,5 M	33

BeGreen

TROYES/SAINT-PARRES-AUX-TERTRES (10)



PRINCIPALES ENSEIGNES

Alinéa, Jennyfer, Maxi Zoo, Tati, Passage Bleu, Memphis Coffee, Action, Toys'R'us...



OUVERTURE	SURFACE	VISITEURS EN 2018	MAGASINS ET RESTAURANTS
2013	30 000 m²	3 M	32

O'green

AGEN/BOÉ (47)



PRINCIPALES ENSEIGNES

Boulangier, Ambiance & Styles, Casa, Courir, Etam, Gifi, Joué Club, Leroy Merlin, Poivre Rouge, Heytens...



OUVERTURE	SURFACE	VISITEURS EN 2018	MAGASINS ET RESTAURANTS
2013	27 000 m²	5,7 M	27

Green 7

SALAISE-SUR-SANNE (38)



PRINCIPALES ENSEIGNES

Brut Butcher, Carré Blanc, Celio, Decathlon, Kaporal, Pimkie, Rouge-Gorge, Tape à l'œil, Kiabi Gousto Pasta...

OUVERTURE	SURFACE	VISITEURS EN 2018	MAGASINS ET RESTAURANTS
2012	21 000 m ²	2,8 M	34

Parc des Moulins

SOISSONS (02)



PRINCIPALES ENSEIGNES

Camaïeu, Grain de Malice, Optical Center, Riu, Textiloisir, Tape à l'œil, Decathlon, Gém...



OUVERTURE	SURFACE	VISITEURS EN 2018	MAGASINS ET RESTAURANTS
2010	10 000 m ²	1,5 M	17

Times Square

REIMS/CORMONTREUIL (51)



PRINCIPALES ENSEIGNES

Mango, Devred, Hans Anders, Boulangerie Louise, Orchestra, Armand Thiery, Mille et Une Bières...



OUVERTURE	SURFACE	MAGASINS ET RESTAURANTS
2016	8 000 m²	10



Cap Emeraude

DINARD/PLEURTUIT (35)



PRINCIPALES ENSEIGNES

Action, Bizzbee, Brice, Tally Weijl, Damart, Boulangerie Louise, Chaussea, Jules, CCV...



OUVERTURE	SURFACE	MAGASINS ET RESTAURANTS
2016	13 000 m²	10

Parc Vallès

BARCELONE / TERRASSA



PRINCIPALES ENSEIGNES

Mango, Nike, Maisons du Monde, Burger King, Mercadona, Cinesa, McDonald’s, Botanic...



OUVERTURE	SURFACE	VISITEURS EN 2018	MAGASINS ET RESTAURANTS
1998	42 000 m²	13,2 M	46

Frey Retail Fund



279,5 M€ MONTANT DE L'INVESTISSEMENT

PRINCIPAUX ACTIFS

Parc du Luc

DOUAI (59)



DATE D'OUVERTURE
2007

SURFACE
30 000 m²

MAGASINS
ET RESTAURANTS
42

PRINCIPALES ENSEIGNES

Celio, Darty, Maisons du Monde,
Kiabi, Maxi Zoo

Grand Parc

CHARLEVILLE-MÉZIÈRES (08)



DATE D'OUVERTURE
2013

SURFACE
17 000 m²

MAGASINS
ET RESTAURANTS
20

PRINCIPALES ENSEIGNES

Action, Jardiland, Optical Center,
Passage Bleu, Fitness Park...

Les Portes de Belfort

BELFORT (90)



DATE D'OUVERTURE
2008

SURFACE
14 000 m²

MAGASINS
ET RESTAURANTS
20

PRINCIPALES ENSEIGNES

Kiabi, Action, CCV, Casa,
Orchestra...

Villebon 2

VILLEBON-SUR-YVETTE (91)



173,7 M€ MONTANT DE L'INVESTISSEMENT

PRINCIPALES ENSEIGNES
Fnac, Darty, Besson, Animalis, Decathlon,
Kiabi, Intersport...

OUVERTURE
1988

RÉNOVATION
2017

SURFACE
45 000 m²

MAGASINS ET RESTAURANTS
49



Futur Palais du Commerce
(Rennes)

nos projets

66 - 67

SHOPPING PROMENADE®
ARLES

Arles

68 - 69

SHOPPING PROMENADE®
CLAYE-SOUILLY

Claye-Souilly

70 - 71

SHOPPING PROMENADE®
CŒUR ALSACE

Strasbourg

72 - 73

SHOPPING PROMENADE®
ODE À LA MER

Montpellier

74 - 75

OPEN

Saint-Genis-Pouilly

76 - 77

MY VALENTINE

Marseille

—

SHOPPING PARK
LE MANS

Le Mans

78 - 79

PALAIS DU COMMERCE

Rennes

Shopping Promenade

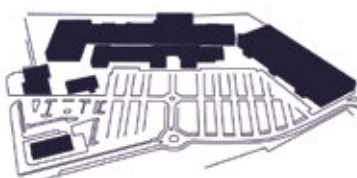
ARLES



OUVERTURE
4^e trimestre 2019

MAGASINS **30**

CAFÉS
& RESTAURANTS **6**



ARCHITECTE
RBAA

SUPERFICIE
18 000 m²



CLAYE-SOUILLY

Shopping Promenade

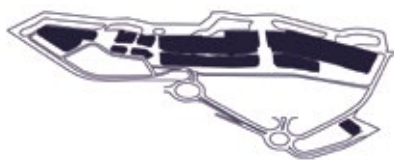
CLAYE SOUILLY



OUVERTURE
Mars 2020

SUPERFICIE
44 000 m²

LOISIRS
9 000 m²



ARCHITECTE
Chapman Taylor

MAGASINS, CAFÉS
& RESTAURANTS 55



STRASBOURG

Shopping Promenade

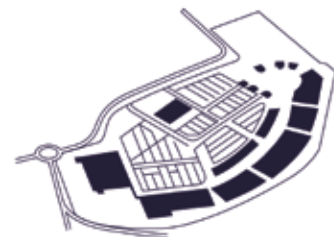
COEUR ALSACE



OUVERTURE
3^e trimestre 2020

SUPERFICIE
70 000 m²

LOISIRS
8 000 m²



ARCHITECTE
L35

UN AGROPARC DE
7 HA

MAGASINS, CAFÉS
& RESTAURANTS **76**



Shopping Promenade

ODE À LA MER



OUVERTURE
2022

DONT **83 000 m²** DE GLA

ARCHITECTE
L35

SUPERFICIE
111 000 m²

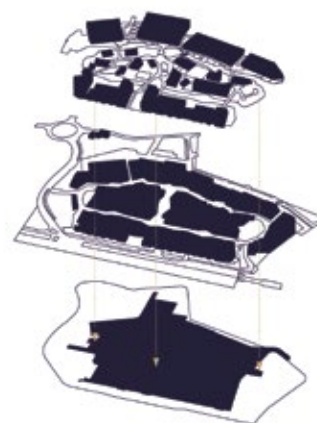
7 500 m² SDP
de cinéma multiplexe
de 15 salles

MAGASINS **74**

LOISIRS
7 000 m²

19 000 m² SDP
de bureaux et 1 hôtel
de 102 chambres

CAFÉS
& RESTAURANTS **24**



OUVERTURE
2021

MAGASINS **70**

CAFÉS
& RESTAURANTS **10**



ARCHITECTE
Chapman Taylor

SUPERFICIE
48 700 m²



MARSEILLE

myvalentine
shopping premium



OUVERTURE
2022

SUPERFICIE
30 000 m²

ARCHITECTE
Silvio D'Ascia

MAGASINS

64

CAFÉS
& RESTAURANTS

10



LE MANS

Shopping Park
LE MANS

OUVERTURE
2022

SUPERFICIE
16 000 m²

ARCHITECTE
La Meynardie

MAGASINS

19

CAFÉS
& RESTAURANTS

4



OUVERTURE
2025

SUPERFICIE
18 000 m²
Commerces, restaurants,
bureaux-coworking, hôtel,
loisirs, services, espaces
culturels...



ARCHITECTES
**MVRDV,
Bernard
Desmoulin**



nos indicateurs

au 31/12/2018

PATRIMOINE ÉCONOMIQUE

729,8 M€
+23 %

REVENUS ANNUALISÉS

42,6 M€
+27 %

RÉSULTAT NET PART DU GROUPE

45,1 M€

ANR DE CONTINUATION PAR ACTION

34,40 €
+5,5 %

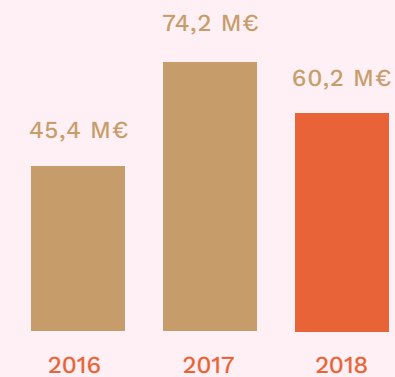
LTV NET DROITS INCLUS

26,1 %
-116 bps

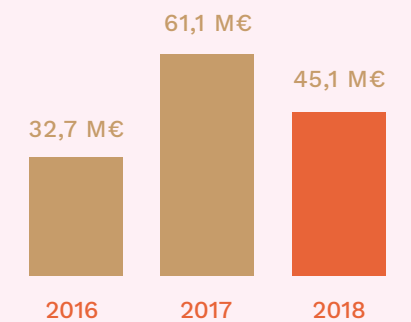
DIVIDENDE PAR ACTION PROPOSÉ

1,20 €
+20 %

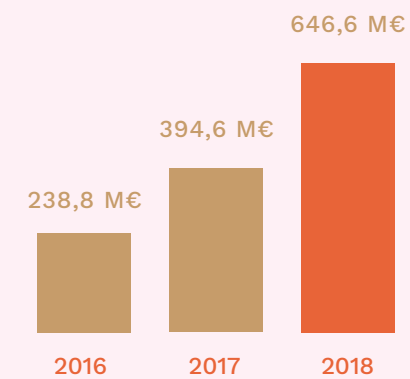
INDICATEURS D'EXPLOITATION



**Résultat opérationnel
après quote-part des sociétés
mises en équivalence**

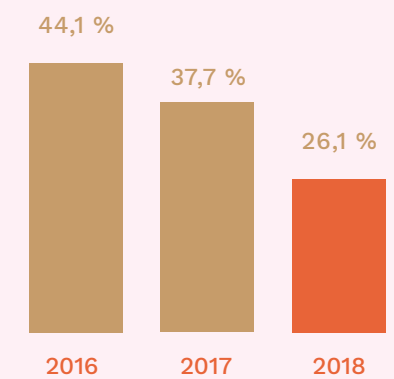


**Résultat net
part du Groupe**



ANR de continuation

PAR ACTION
2016 : 27,8 €
2017 : 32,6 €
2018 : 34,4 €



LTV net droits inclus

BILAN (en M€)	DONNÉES CONSOLIDÉES AUX NORMES IFRS		
	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018
ACTIFS NON COURANTS	479,4	636,4	818,8
dont immeubles de placement	415,1	569,7	746,2
dont titres de sociétés mises en équivalence	52,2	50,4	54,2
dont autres actifs non courants	12,1	16,3	18,4
ACTIFS COURANTS	57,7	127,0	168,2
dont stocks en cours	6,1	17,2	25,1
dont trésorerie et équivalents	13,4	70,0	78,0
dont autres actifs courants	38,2	39,9	65,1
TOTAL ACTIF	537,2	763,3	987,0
CAPITAUX PROPRES	215,9	366,8	600,5
PASSIFS NON COURANTS	273,7	351,4	299,1
dont passifs financiers à LT	261,3	339,4	280,0
dont autres passifs non courants	12,4	12,0	19,1
PASSIFS COURANTS	47,5	45,1	87,4
dont passifs financiers à CT	20,0	7,8	44,6
dont autres passifs courants	27,5	37,3	42,8
TOTAL PASSIF	537,2	763,3	987,0

COMPTE DE RÉSULTAT (en M€)	DONNÉES CONSOLIDÉES AUX NORMES IFRS		
	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018
Chiffre d'affaires	26,6	29,4	56,7
Achats consommés	(9,1)	(8,0)	(28,2)
Autres produits et charges	(4,8)	(8,8)	(10,3)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	12,6	12,6	18,3
Autres produits et charges opérationnels	(3,1)	(1,1)	(0,9)
Ajustement de la juste valeur des immeubles de placement	32,5	53,8	35,7
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	41,9	65,3	53,1
Quote-part de résultat net des sociétés mises en équivalence	3,4	9,0	7,1
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL après quote-part de résultat net des sociétés mises en équivalence	45,4	74,3	60,2
Coût de l'endettement financier net	(8,7)	(9,2)	(9,3)
Ajustement de la Juste Valeur des actifs financiers	(0,9)	(3,2)	(3,1)
Impôts sur les résultats	(3,1)	(0,7)	(2,8)
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	32,7	61,2	45,1
Résultat net par action (en €) - part du Groupe	3,8	5,6	2,9
Résultat net dilué par action (en €) - part du Groupe	3,5	5,3	2,7

TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE (en M€)	DONNÉES CONSOLIDÉES AUX NORMES IFRS		
	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018
MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT DES SOCIÉTÉS INTÉGRÉES	12,9	13,0	19,5
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	0,2	2,6	3,3
Impôts payés	(1,7)	(1,5)	(0,6)
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(1,2)	(13,3)	(31,6)
FLUX NETS DE TRÉSORERIE GÉNÉRÉS PAR L'ACTIVITÉ	10,2	0,9	(9,4)
Acquisition d'immobilisations	(71,7)	(61,7)	(60,5)
Cession d'immobilisations	62,8	4,5	-
Incidence des variations de périmètre	(34,1)	(7,9)	(25,3)
Variations des autres actifs financiers	(1,4)	(5,3)	2,4
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT	(44,3)	(70,4)	(83,4)
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(6,0)	(9,3)	(12,1)
Augmentation, réduction du capital	-	98,9	201,1
Sommes versées lors d'un changement dans les participations sans perte de contrôle	-	-	-
Coût de l'endettement	(8,6)	(10,8)	(10,8)
Émission d'emprunts	105,2	216,7	148,0
Remboursement d'emprunts	(69,3)	(168,5)	(225,0)
Variations des autres financements	(5,4)	0,1	(0,2)
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX OPÉRATIONS DE FINANCEMENT	15,9	127,2	100,9
VARIATION DE TRÉSORERIE	(18,1)	57,6	8,1



SOURCES :

AREP
Silvio d'Ascia
Chapman Taylor
Kreaction
L35
RBAA
Lameynardie
Engram

CONCEPTION RÉALISATION :

agence **aristophane** | La nouvelle

CRÉDITS PHOTOS :

Franck Barylko
Frédéric Canon
Michel Jolyot
Stephan Lucas
Philippe Masson
Superfocus
Fred Laures
Jared Chulski
Yannick Labrousse
Unsplash
Aleksandar Savic



SIÈGE SOCIAL

Parc d'affaires TGV Reims - Bezannes
1, rue René Cassin
51430 BEZANNES

TÉL : +33 (0)3 51 00 50 50
contact@frey.fr

BUREAU DE PARIS

14, rue Auber
75009 PARIS

WWW.FREY.FR

