



COMUNICATO STAMPA
Boulogne-Billancourt, 3 giugno 2020

Centri commerciali Carmila: incoraggiante attività post apertura

Tutti i centri commerciali Carmila in Francia e in Italia e la stragrande maggioranza di quelli in Spagna riaprono i battenti nel più grande rispetto delle misure sanitarie. Radicati nel cuore dei territori, mostrano risultati incoraggianti a livello di frequentazione e fatturato e tornano ad esercitare pienamente il loro ruolo di attori locali, scopo primario di Carmila.

100% dei centri commerciali operativi dalla data di riapertura in Francia e in Italia

Pur avendo continuato a operare durante il lockdown allo scopo di tenere aperti gli ipermercati e i negozi di prima necessità, tutti i centri commerciali Carmila hanno potuto riaprire i battenti a partire dall'11 maggio in Francia e dal 18 dello stesso mese in Italia, fatta eccezione per le attività di ristorazione e svago. In Spagna, dove la riapertura è iniziata in modo graduale dal 25 maggio, attualmente il pubblico ha a disposizione il 78% dei centri Carmila e l'82% dei negozi, mentre gli esercizi commerciali rimasti chiusi sono principalmente attività di ristorazione e svago o punti vendita situati in aree dove la riapertura risulta essere più scaglionata, come Madrid e Barcellona.

L'apertura parziale dei centri durante il lockdown ha consentito ai team di sperimentare misure sanitarie rigorose ed efficaci che sono state messe a punto e completate al fine di realizzare un'apertura a più ampio raggio in stretto contatto con le autorità sanitarie. In Francia, tutti i centri commerciali Carmila, compresi quelli con una superficie superiore ai 40.000 m², hanno potuto riaprire lunedì 11 maggio, grazie al radicamento territoriale e alla mobilitazione dei team.

Frequenze incoraggianti in un contesto di riapertura

In Francia, nazione che rappresenta il 72% del patrimonio di Carmila, i centri commerciali del marchio mostrano per le prime 3 settimane di riapertura **una frequenza media pari all'80% di quella relativa allo stesso periodo del 2019**, nonostante le misure sanitarie adottate per regolare i flussi.

In Italia, dove tutti i centri hanno riaperto il 18 maggio, la frequenza media delle prime due settimane è risultata pari al **70% di quella abituale nello stesso periodo**, tenuto conto del rispetto delle rigide norme sanitarie.

In Spagna, nazione che rappresenta il 23% del patrimonio aziendale, i centri commerciali Carmila sono stati in grado di rilevare nella prima settimana di riapertura il **70% della frequenza del 2019**, regolando i flussi e riscontrando tassi di conversione in acquisiti particolarmente elevati.

Fatturati dei commercianti altrettanto incoraggianti

In Francia, il fatturato dei commercianti nell'arco delle prime due settimane di apertura su un totale di 209 attività commerciali **rappresenta mediamente il 92% del volume di affari dell'anno precedente per lo stesso periodo**. Il settore della bellezza e della salute riscontra in media un fatturato pari al 105% di quello dell'anno precedente, mentre quello dei prodotti per uso domestico mostra una netta sovraperformance del 45%. I negozi del settore cultura/regali/svago mostrano in media un fatturato pari al 91% di quello dell'anno precedente. Per il settore dei prodotti per la persona, nonostante le prestazioni eterogenee tra i vari marchi, i 119 che rappresentano il gruppo hanno raggiunto un fatturato mediamente pari al 90% di quello N-1*, con buone prestazioni soprattutto nell'ambito dei comparti Prêt-à-Porter, Prêt-à-Porter bambino e Lingerie.

In Spagna, in una sola settimana di riapertura, i fatturati hanno ottenuto risultati eccellenti, potenziati da un tasso di conversione molto elevato sull'insieme di tutti i settori. Con un totale di 320 negozi, **il fatturato della prima settimana supera del 35% le performance N-1**.

A tutt'oggi in Italia la crescita del fatturato non è numericamente sufficiente per consentire la definizione di un trend.

Una performance tanto positiva testimonia l'attrattività del modello dei centri commerciali Carmila: diffusi localmente e con valenza storica offrono ipermercati, negozi e servizi utili alla quotidianità, oltre a beneficiare di fama e dinamismo consolidato e a rappresentare luoghi accessibili a un elevato numero di persone in condizioni di accoglienza ottimali.

Simili risultati si basano anche sull'esperienza di Carmila a livello di conoscenza dei clienti e delle soluzioni di marketing digitale locale. Dal lockdown, i team non hanno mai smesso di mantenere un legame costante e di qualità con i clienti, informandoli su come proteggersi, assicurandoli sulle condizioni di accoglienza e proponendo soluzioni di ordinazioni online e click & collect. Inoltre, dal 17 marzo, i centri commerciali Carmila hanno pubblicato in Francia circa 10.000 post sui social per un totale di più di 17 milioni di contatti.

Carmila mantiene una certa prudenza riguardo questi risultati incoraggianti considerato il lasso di tempo ridotto analizzato. Trend più consolidati potranno essere delineati entro la fine del terzo trimestre 2020.

**Fatturati relativi alla seconda settimana di apertura dal 18 al 23 maggio, considerando l'apertura scaglionata di un numero significativo di marchi del gruppo nella prima settimana.*

Contatto per investitori e analisti

Pierre-Yves Thirion – Direttore Finanziario

pierre_yves_thirion@carmila.com

+33 6 47 21 60 49

Contatto stampa

Morgan Lavielle - Direttore della Comunicazione

morgan_lavielle@carmila.com

+33 6 87 77 48 80

Calendario finanziario

29 giugno 2020 (9:30): Assemblea generale degli azionisti a porte chiuse

29 luglio 2020 (dopo la chiusura dei mercati): Risultati semestrali 2020

30 luglio 2020 (14:30): Riunione di informazione finanziaria

23 ottobre 2020 (dopo la chiusura dei mercati): Attività del terzo trimestre 2020

Informazioni su Carmila

Carmila è stata fondata da Carrefour e grandi investitori istituzionali con lo scopo di trasformare e valorizzare le gallerie commerciali annesse ai punti vendita Carrefour in Francia, Spagna e Italia. Al 31 dicembre 2019, il suo portafoglio era costituito da 215 centri commerciali in Francia, Spagna e Italia, leader nel proprio bacino di utenza, con una valutazione di 6,4 miliardi di euro. Animati da una cultura realmente commerciale, i team di Carmila riuniscono tutte le competenze necessarie per l'attrattività commerciale: competenze di vendita, marketing digitale, specialty leasing, gestione di centri commerciali e asset management.

Carmila è quotata nel segmento A della borsa Euronext di Parigi con la sigla di negoziazione CARM. Carmila beneficia del regime previsto per le società di investimento immobiliare quotate (« SIIC »).

Il 18 settembre 2017 Carmila è stata inserita nell'indice FTSE EPRA/NAREIT Global Real Estate (regione EMEA).

Il 24 settembre 2018 Carmila è stata inserita negli indici Euronext CAC Small, CAC Mid & Small e CAC All-tradable.