

Boulogne-Billancourt, 4 de mayo de 2018

Carmila se refuerza en España con la adquisición de 6 centros comerciales por un importe de 182 millones de euros



Imagen del exterior del Centro Comercial La Sierra (Córdoba)

Carmila refuerza su posición en España con la compra a Pradera European Retail Fund de seis centros comerciales, todos ellos líderes o colíderos en su área de influencia y contiguos a un potente hipermercado Carrefour, por un importe de **182 millones de euros** y una tasa de rendimiento efectivo medio en su conjunto del **6,3%**.

La cartera objeto de la transacción se compone de activos situados en Andalucía (Sevilla, Córdoba y Puerto de Santa María en Cádiz), Cataluña (Tarrasa y Manresa en Barcelona) y Alicante.

Carmila continúa con la implementación de su estrategia de inversión e incorpora con esta operación seis nuevos activos que pertenecen a su mercado objetivo con el fin de desplegar en estos centros las diferentes palancas que le permiten crear valor: renovación de los centros según el concepto "Aire de familia", revitalización del merchandising-mix, optimización de las tasas de ocupación (95 %¹ de media en el conjunto), desarrollo del specialty leasing, refuerzo de la actividad con el despliegue del conjunto de herramientas de marketing digital desarrolladas por Carmila (páginas web eficaces, bases de datos, "Kiosco de Servicios" y "Boost") y desarrollo de ampliaciones, dado que algunos de estos activos cuentan con una importante reserva de edificabilidad. Esta cartera posee un potencial importante de crecimiento de los alquileres durante los próximos tres a cinco años.

Con la adquisición de Gran Vía de Hortaleza en febrero de 2018, Carmila suma así más de 63.000 m² suplementarios a su cartera española en 2018 (+16%).

¹ Tasa de ocupación financiera

Estas compras han sido financiadas por la deuda obligacionista de 350 millones de euros emitida en febrero (para más información sobre esta emisión, consultar el comunicado emitido por la sociedad el 28 de febrero de 2018).

“Esta adquisición se enmarca en el corazón de la estrategia de Carmila. Hoy adquirimos una cartera de centros comerciales líderes o colíderes que contienen un potencial de transformación y de creación de valor significativo. Nos reforzamos así en nuestro mercado más dinámico y aceleramos la implementación de nuestro plan de adquisición aprovechando las magníficas oportunidades que nos brinda el mercado.

Habida cuenta de las ampliaciones ya entregadas desde la IPO y de las adquisiciones realizadas desde el principio del año, Carmila se adelanta sobre las previsiones del plan de inversión de 1.600-1.700 millones de euros para el período 2017-2020 presentado en la IPO.”, ha comentado Jacques Ehrmann, Presidente-Director General de Carmila.

Sobre el centro comercial La Sierra, en Córdoba

Situado en la tercera ciudad de Andalucía en términos de población y de poder adquisitivo (área de influencia de 190.000 personas), este activo de centro ciudad es líder por su hipermercado y como destino “shopping”. Recibe 3,7 millones de visitas al año e incluye:

- un hipermercado Carrefour de 8.200 m²,
- un centro comercial de 65 tiendas con una superficie de 17.600m², objeto de la adquisición.

Construido en 1994, renovado y ampliado en 2016, el centro se compone de dos niveles con atractivas marcas como Zara y otros rótulos del grupo Inditex, el único H&M de la ciudad, Benetton y Sfera.

Cuenta con una afluencia muy regular: el 12% de los clientes lo visitan una vez por semana.

Sobre el centro comercial El Paseo, en Cádiz

Situado en El Puerto de Santa María (Cádiz), con un área de influencia de 400.000 personas en una región con fuerte actividad turística, este centro líder recibe 4,2 millones de visitas al año y se compone de:

- un hipermercado Carrefour de 11.100 m²,
- un centro comercial de 53 tiendas con una superficie de 10.500 m², objeto de la adquisición,
- medianas superficies complementarias propiedad de terceros ocupadas por enseñas como Toys'R Us y Mc Donald's.

Carmila compra también con este activo 7.500 m² de edificabilidad que permitirán el desarrollo de un proyecto de ampliación.

Construido en 1993, el centro, fuertemente orientado hacia la moda (62%), reagrupa atractivas enseñas como Zara y otras marcas del grupo Inditex, H&M, Decimas, etc.

Sobre el centro comercial Aljarafe, en Sevilla (Camas)

Situado en la 4ª ciudad de España, en el polo comercial más importante de la ciudad y en un área de influencia de 319.000 personas, este centro incluye:

- un hipermercado Carrefour líder de 11.400 m² renovado en 2016,
- un centro comercial de 41 tiendas con una superficie de 12.000 m², objeto de la adquisición.
- una zona de medianas superficies especializadas complementarias en su alrededor.

Construido en 1998, el centro comercial cuenta con un cine y dos medianas superficies situadas en el parking con las enseñas Decathlon y Mc Donald's. Este centro tiene una afluencia de público muy regular: el 13% de los clientes lo visitan una vez por semana. Se está estudiando un proyecto de reestructuración que permitirá reforzar aún más la atraktividad del centro.

Forma parte de una zona comercial más amplia y líder, compuesta por medianas superficies estructurantes, diversificadas y complementarias como El Corte Inglés, Conforama, Leroy Merlin, Toys'R Us y Maison du Monde.

Sobre el centro comercial San Juan, en Alicante

Situado en el extrarradio norte de Alicante (11ª ciudad de España) y con un área de influencia de 442.000 personas, este centro líder se compone de:

- un hipermercado Carrefour de 13.100 m²,
- un centro comercial con 33 tiendas y medianas superficies que suman 7.100 m², objeto de la adquisición.

Construido en 1977, el centro integra medianas superficies especializadas (bricolaje, juguetes, Feu Vert, Burger King).

Sobre el centro comercial Tarrasa, en Barcelona

Situado en el extrarradio del noroeste de Barcelona, 2ª ciudad española, y con un área de influencia de 527.000 personas, este centro reúne:

- un hipermercado Carrefour líder de 12.400 m²,
- un centro comercial con 35 tiendas y medianas superficies que suman 7.400 m², objeto de la adquisición.

Construido en 1978, este centro comercial está ubicado en la principal zona comercial de la región. Acoge una mediana superficie de bricolaje y cuenta también con una afluencia de público muy regular: el 12% de los clientes visita el centro una vez por semana. Un ambicioso proyecto de ampliación del complejo está en estudio.

Sobre el centro comercial Manresa, en Barcelona

Situado también en el extrarradio Noroeste de Barcelona y con una zona de influencia de 307.000 personas, este centro reúne:

- un hipermercado Carrefour de 10.300 m², líder en la zona,
- un centro comercial de 29 tiendas con una superficie de 2.300 m², objeto de la adquisición,
- medianas superficies complementarias (Decathlon, bricolaje), un complejo de cines y una zona de restauración.

Construido en 1991, el centro no tiene competencia próxima, por lo que el hipermercado es el líder indiscutible de la zona. El centro comercial reúne esencialmente enseñas de servicios complementarios al hipermercado Carrefour y se beneficia de la atraktividad del conjunto de la zona comercial y de una clientela fiel y regular.

Calendario Financiero

16 de mayo de 2018 (9:30h): Junta General de accionistas

27 de julio de 2018 (después del cierre de los mercados): Resultados semestrales de 2018

30 de julio de 2018 (9:00h): Reunión de Información Financiera

24 de octubre de 2018 (después del cierre de los mercados): Actividad del tercer trimestre de 2018

Contacto inversores y analistas

Marie-Flore Bachelier – Secretaria General

marie_flore_bachelier@carmila.com

+33 6 20 91 67 79

Contactos prensa

Morgan Lavielle - Director de Comunicación

Corporativa

morgan_lavielle@carmila.com

+33 1 58 33 63 29

Sobre Carmila

Carmila fue creada por Carrefour y grandes inversores institucionales con el objetivo de transformar y valorizar los centros comerciales contiguos a hipermercados Carrefour en Francia, España e Italia. Su cartera a 31 de diciembre de 2017, después de la fusión con Cardety, efectiva desde el 12 de junio de 2017, estaba constituida por 206 centros comerciales en Francia, España e Italia, líderes en su zona de influencia, y valorada en 5.800 millones de euros.

Impulsados por una auténtica cultura comerciante, los equipos de Carmila reúnen el conjunto de competencias dedicadas a la atraktividad comercial: comercialización, marketing digital, specialty leasing, dirección de centros y asset management.

Carmila cotiza en la sección A en Euronext-Paris con el símbolo CARM. Se beneficia del régimen de las sociedades de inversiones inmobiliarias cotizadas ("SIIC").

El 18 de septiembre de 2017, Carmila integraba los índices FTSE EPRA/NAREIT Global Real Estate (EMEA Region).