



GROUPE ADP
DES HORIZONS À PARTAGER

ACTIVITÉS COMMERCIALES À PARIS

JOURNÉE INVESTISSEURS 2019



SOMMAIRE

- 1 Synthèse et revue de performance
- 2 Une stratégie basée sur 4 piliers soutenant une croissance durable
- 3 L'« ultimate Parisian shopping and dining experience »
- 4 Le modèle économique
- 5 L'impact du trafic
- 6 La stimulation de la demande
- 7 Conclusion

1

Synthèse et revue de performance

ACTIVITÉS COMMERCIALES

SYNTHÈSE 2018

58 100 m², avec **382** points de vente
(Boutiques + Bars & Restaurants)



Un modèle économique de concession avec principalement **2 types** de concessionnaires :

- ◆ Des marques en direct, principalement pour le luxe
- ◆ 4 Joint-ventures détenues à 50% par ADP

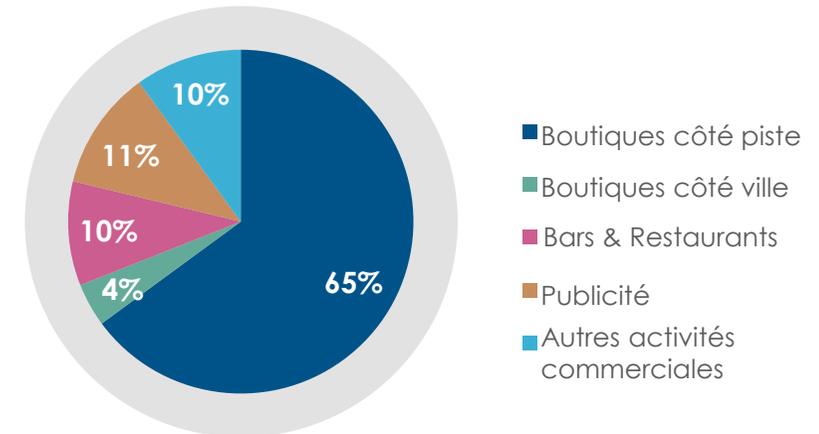
SDA
Société de Développement Aéroportuaire

RELAY@ADP

Média Aéroports
de Paris

epigo

Chiffre d'affaires de **€490M**
correspondant aux loyers variables perçus
sur le chiffre d'affaires encaissé
(% des ventes)



Un CA/pax⁽¹⁾ côté piste de **€20,9⁽²⁾**
(dont **€18,4** pour les boutiques)

- ◆ La Chine représente 2% du trafic mais 14% du chiffre d'affaires Boutiques côté piste

1. Chiffre d'affaires par passager

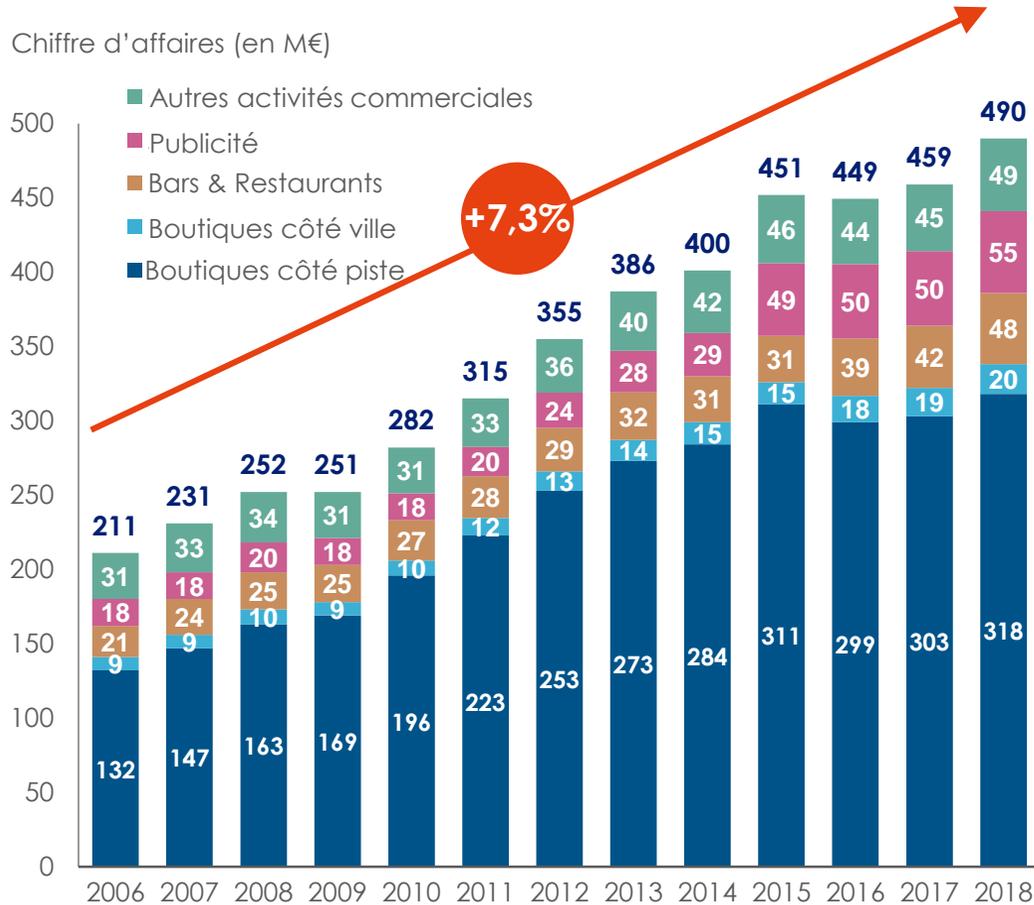
2. CA/pax Boutiques + Bars & Restaurants côté piste

PERFORMANCE 2006-2018

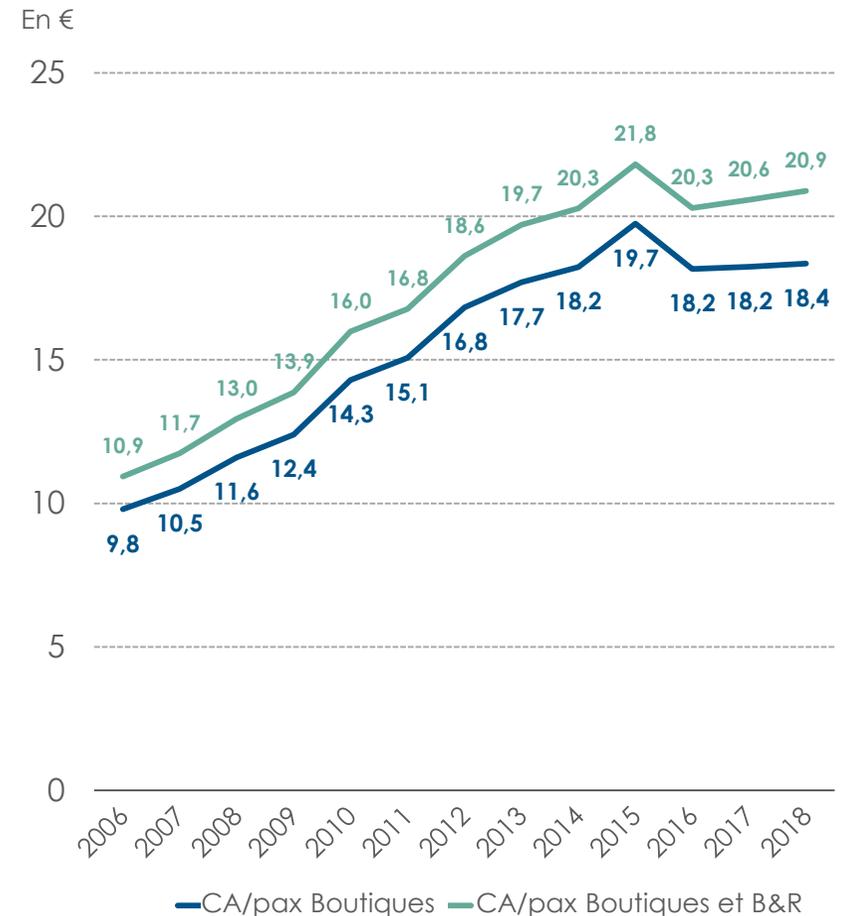
UNE CROISSANCE SOUTENUE DU CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL ET DU CA/PAX⁽¹⁾ SUR LA PÉRIODE

Un CA avec un TCAM 2006-2018 de 7,3%

avec une forte croissance sur les boutiques, les Bars & Restaurants et la Publicité



Une croissance forte du CA/pax côté piste, à la fois sur les boutiques et les Bars & Restaurants

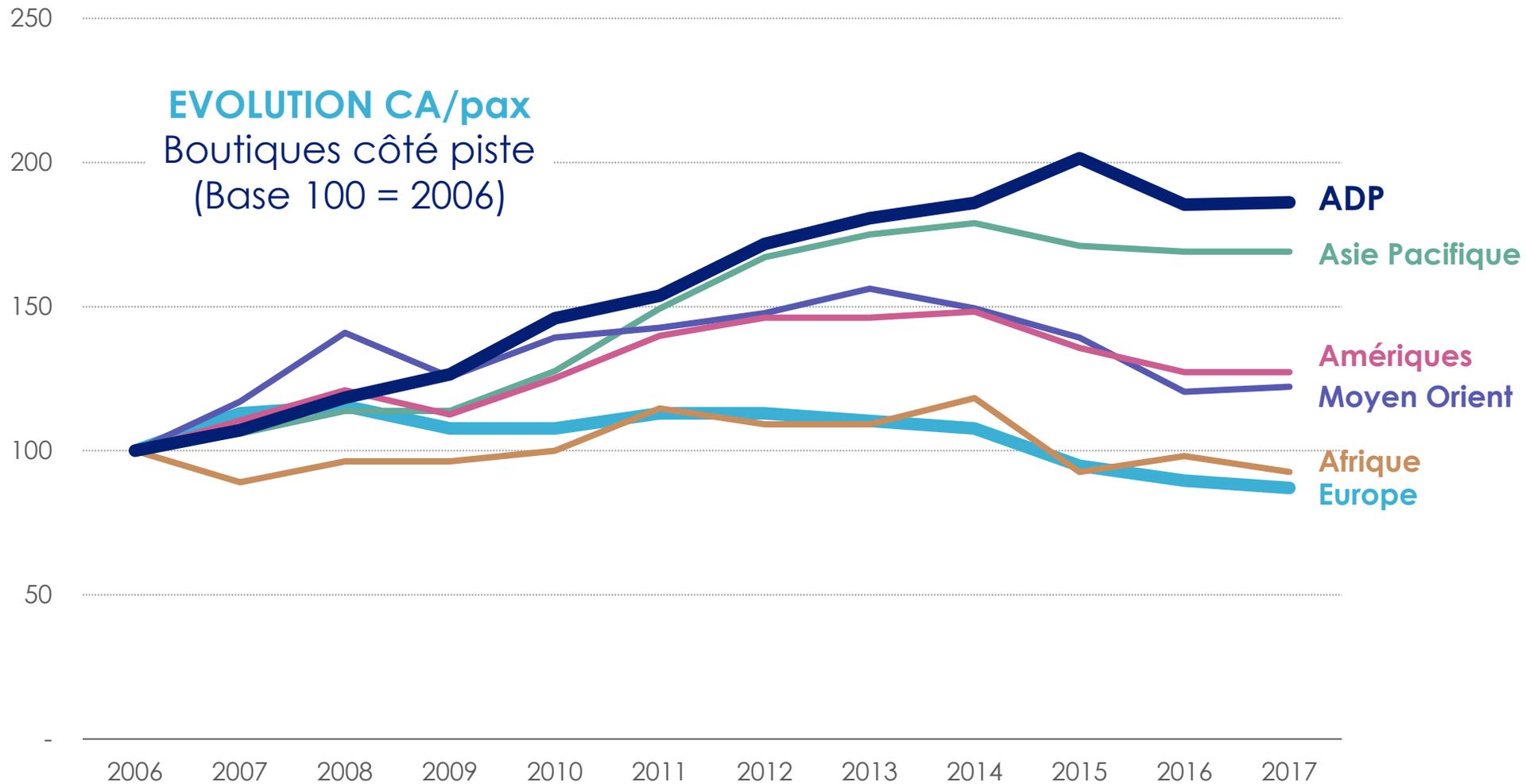


Tendance de CA/pax avant l'ouverture des infrastructures majeures à Paris-Orly et Paris-Charles de Gaulle en 2019 et 2020

1. Chiffre d'affaire des boutiques côté pistes divisé par le nombre de passagers au départ

PERFORMANCE 2006-2017

UNE CROISSANCE PARMIS LES PLUS SOUTENUES DANS LE MONDE



2

**Une stratégie basée
sur 4 piliers soutenant
une croissance durable**

2 PILIERS SUR L'OFFRE ET 2 PILIERS SUR LA DEMANDE

2 PILIERS SUR L'OFFRE

Un positionnement autour de
l'« **ultimate Parisian shopping
& dining experience** »



Un modèle économique
rendant possible le positionnement

SDA
SOCIÉTÉ DE DISTRIBUTION AÉROPORTUAIRE

Média Aéroports
de Paris

RELAY@ADP

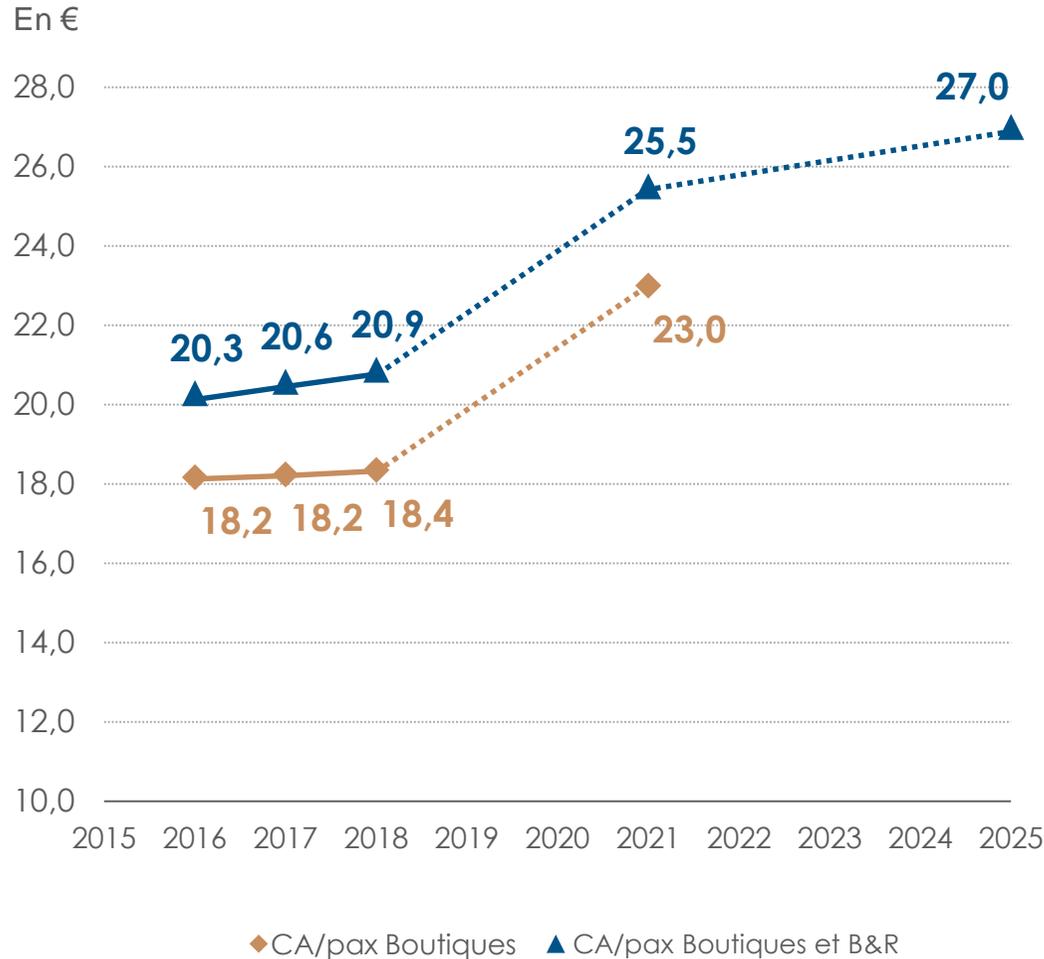
epigo

2 PILIERS SUR LA DEMANDE

L'impact du trafic

La stimulation de la demande

OBJECTIF COMMERCIAL POUR 2025



Une cible de CA/pax côté piste

Boutiques et B&R à **27€ en 2025**

Une cible intermédiaire de CA/pax
côté piste Boutiques et B&R à

25,5€ en 2021, première année
pleine après la livraison des grands
projets de la période 2016-2020

3

**L'« ultimate Parisian
shopping and dining
experience »**

L'excellence du design intérieur
et de la gestion des espaces



L'excellence du portefeuille
de marques parisiennes



L'“ULTIMATE
PARISIAN
SHOPPING &
DINING
EXPERIENCE”

L'excellence du service

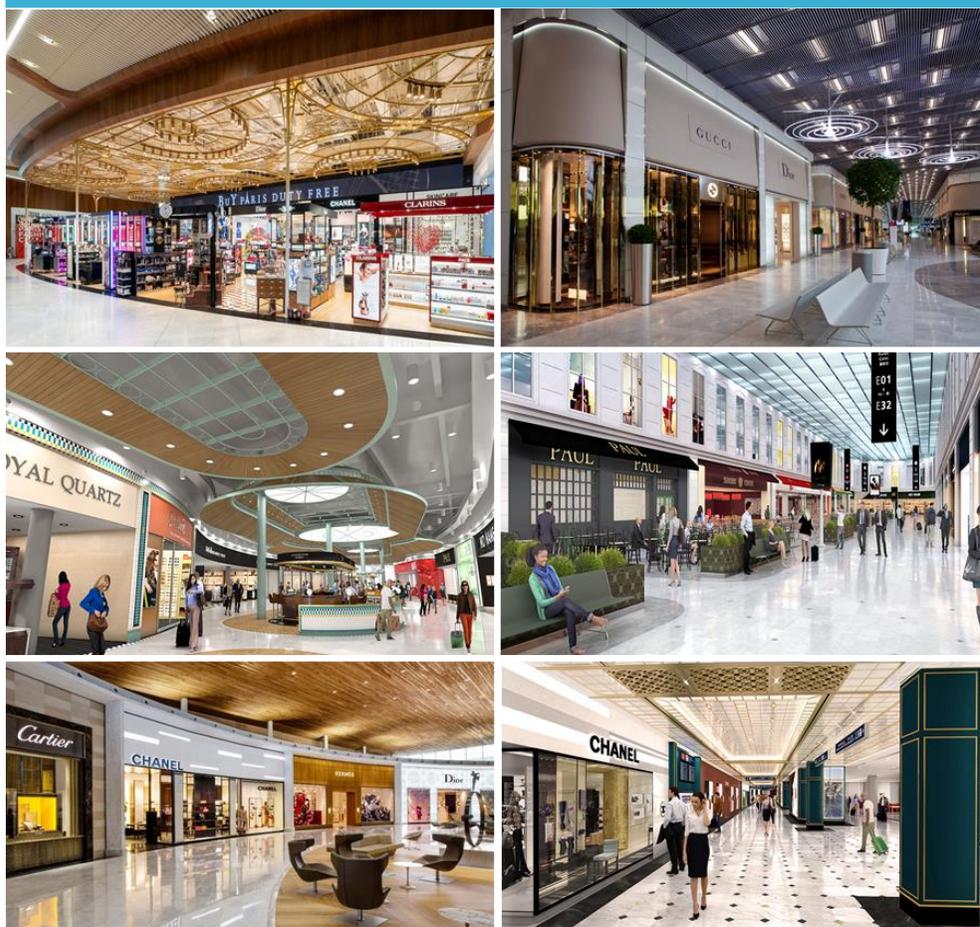


L'excellence du positionnement prix



EXCELLENCE DU DESIGN INTÉRIEUR ET DE LA GESTION DES ESPACES

Une forte ambition dans le design, offrant à nos passagers de multiples moments parisiens



Une **juste intégration** des zones commerciales dans l'environnement aéroportuaire

Optimisation du temps disponible côté pistes : nouveaux process de sécurité, nouveau process de détaxe, smartization de l'embarquement et des formalités d'immigration

Courtes distances entre les portes d'embarquement et les zones commerciales + zones d'assises au cœur des zones commerciales

Facilité d'orientation

Exposition maximum à l'offre commerciale

Animations et événementiel

L'EXCELLENCE DANS LE SERVICE COMME FACTEUR CLÉ DE DIFFÉRENCIATION

Qualité de service au sein de nos boutiques :
accueil, expertise, approche multiculturelle,
culture du geste



Un parcours shopping sans couture

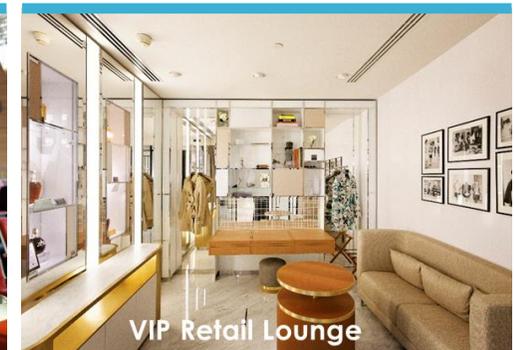
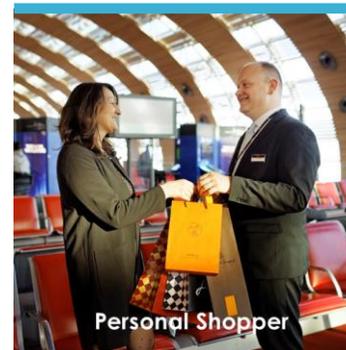
- ◆ Shopping sécurisé
- ◆ Absence de formalités de détaxe
- ◆ Large choix de moyens de paiement (y.c Mobile)
- ◆ Wifi gratuit
- ◆ Mini chariots
- ◆ Shop & collect
- ◆ Visibilité stocks / transferts



Services gratuits en boutique



Service sur mesure pour les clients VIP



D'UN DUTY FREE TRADITIONNEL À UN GRAND MAGASIN PARISIEN

Un focus sur les **3 familles de produits** iconiques du savoir-faire français : Parfums et cosmétiques, Mode luxe et Art de vivre à la française

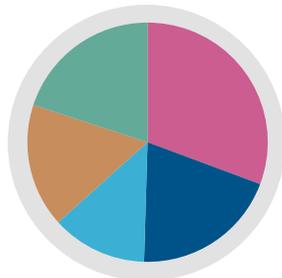


Sur chaque famille clé, un portefeuille regroupant **l'ensemble des marques françaises leaders** + les meilleures marques internationales, aux standards du centre-ville

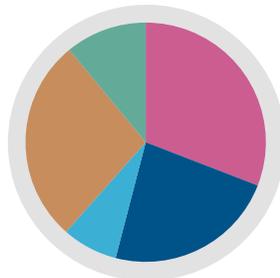


L'évolution rapide du mix des ventes en boutiques...

Mix des ventes 2006



Mix des ventes 2018



- Beauté
- Art de Vivre
- Tabac
- Mode & Accessoires
- Autres

... Et un **mix des ventes porteur de croissance future**

- Croissance organique
- Dépendance faible aux questions de santé
- Pression faible sur les prix
- Parts de marché des marques françaises

LES FORTES PERSPECTIVES DE CROISSANCE DES BARS & RESTAURANTS

4 piliers dans la stratégie

Une combinaison de **marques internationales et françaises**, offrant un choix varié



Une différenciation via les **Chefs français**



Prix raisonnables vs le centre-ville

Une gamme de prix large, visant néanmoins une augmentation du ticket moyen

Un laboratoire performant au 2F2, à dupliquer dans tous nos terminaux



LE GRAND MAGASIN PARISIEN

DEUX FORMATS AFIN DE S'ADAPTER À LA TYPOLOGIE DE NOS PASSAGERS

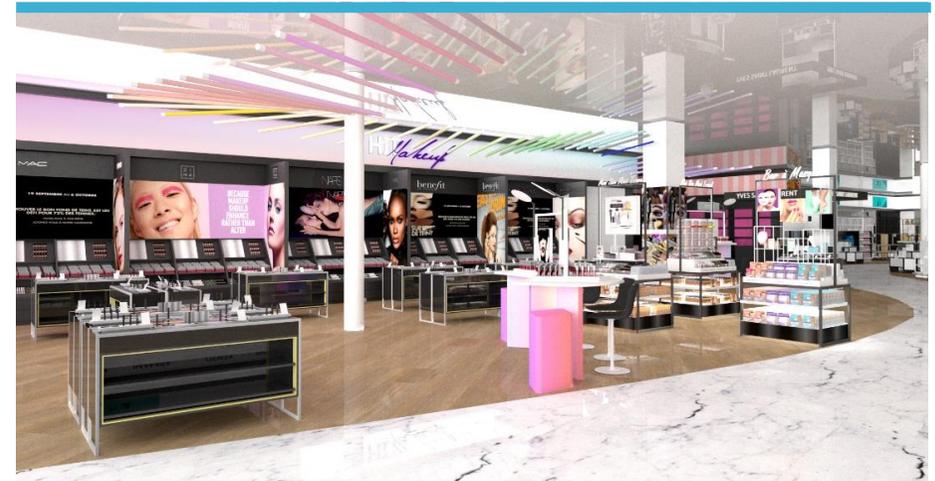
Le format **Premium**

- ◆ Clientèle Internationale
- ◆ **5 Terminaux à Paris – Charles de Gaulle :**
2E Halls K/L/M, T1 international, 2A/C
- ◆ 4 500 à 5 000 m² de Boutiques à rentabilité élevée pour chaque terminal, 1 000 à 1 500 m² de restauration
- ◆ Large présence du Luxe
- ◆ Large présence de services VVIP



Le format **Supérieur**

- ◆ Clientèle Européenne principalement
- ◆ **2 Terminaux à Paris – Charles de Gaulle**
(2B/D, 2F) et **3 Terminaux à Paris – Orly**
(Orly 1, Orly 3 et Orly 4)
- ◆ 3 000 à 4 500 m² de Boutiques pour chaque terminal, 1 000 à 1 500 m² de restauration
- ◆ Peu de Mode Luxe, l'assortiment « trendy »
Beauté et Gastronomie placé au cœur du concept





2E HALL K,
LE LABORATOIRE
DU FORMAT
PREMIUM &
NOTRE
FLAGSHIP



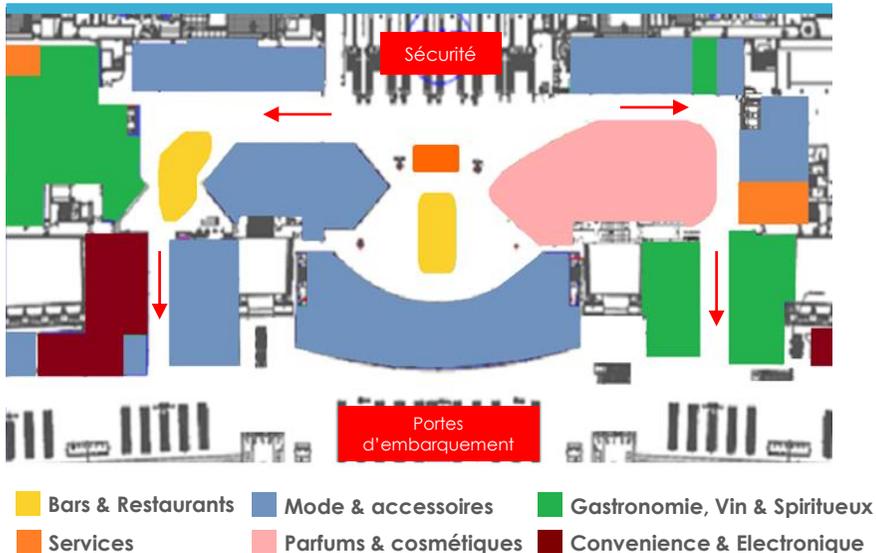
LE 2E HALL K : LE FLAGSHIP PREMIUM, UN MODÈLE DE RÉFÉRENCE À DUPLIQUER

L'AMBITION DE FAIRE DU 2EK LE MEILLEUR TERMINAL DU MONDE

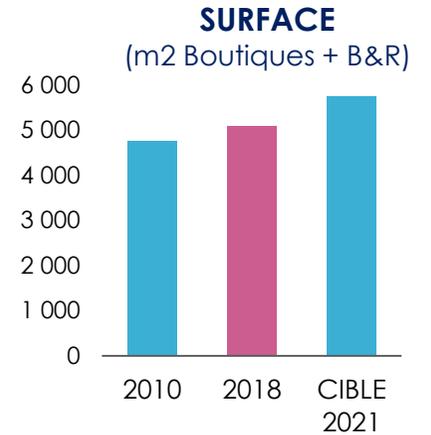
Notre Flagship et Laboratoire Premium

Etat d'avancement

- Gestion des espaces
- Design d'intérieur
- Portefeuille de marques & concepts
- Excellence du service
- Evénements & divertissements
- Digitalisation & numérisation

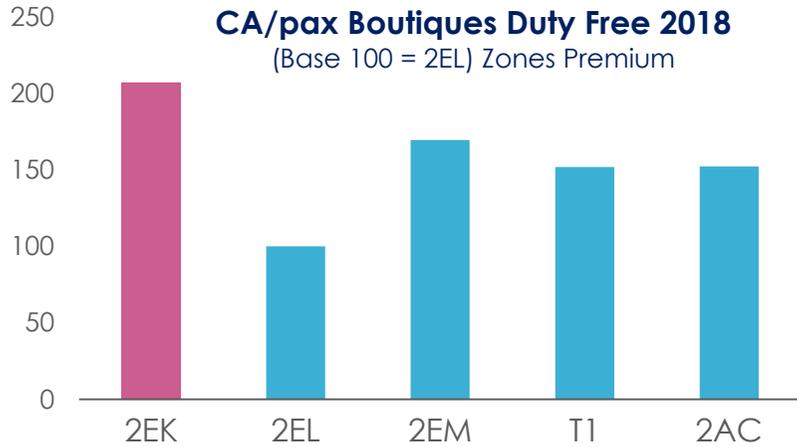


Un portefeuille de 21 boutiques mono marques en 2021

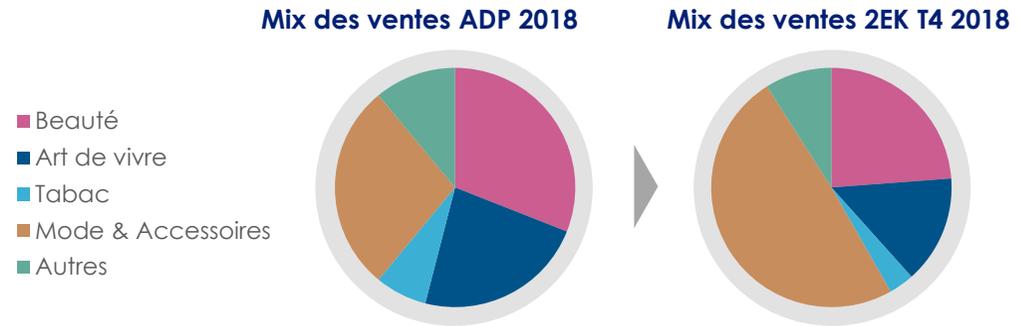


LE 2E HALL K : LE FLAGSHIP PREMIUM, UN MODÈLE DE REFERENCE A DUPLIQUER
D'EXCELLENTS RÉSULTATS QUI DONNENT CONFIANCE EN L'AVENIR

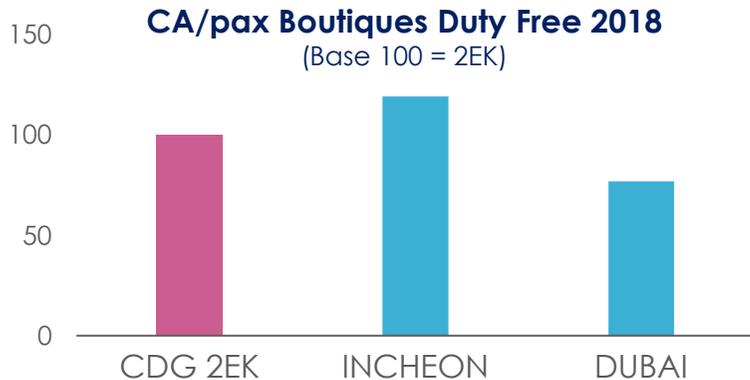
Notre **terminal le plus performant**



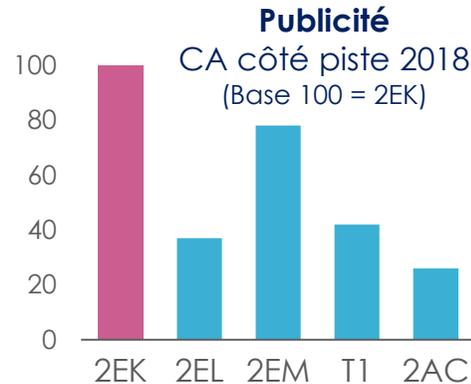
Un mix des ventes proche de celui des **Grands Magasins parisiens**, totalement unique en aéroport, avec une part très limitée du tabac et une dominance des familles les plus porteuses de croissance



Un des **meilleurs CA/pax au monde**



Des **synergies très fortes** avec la publicité



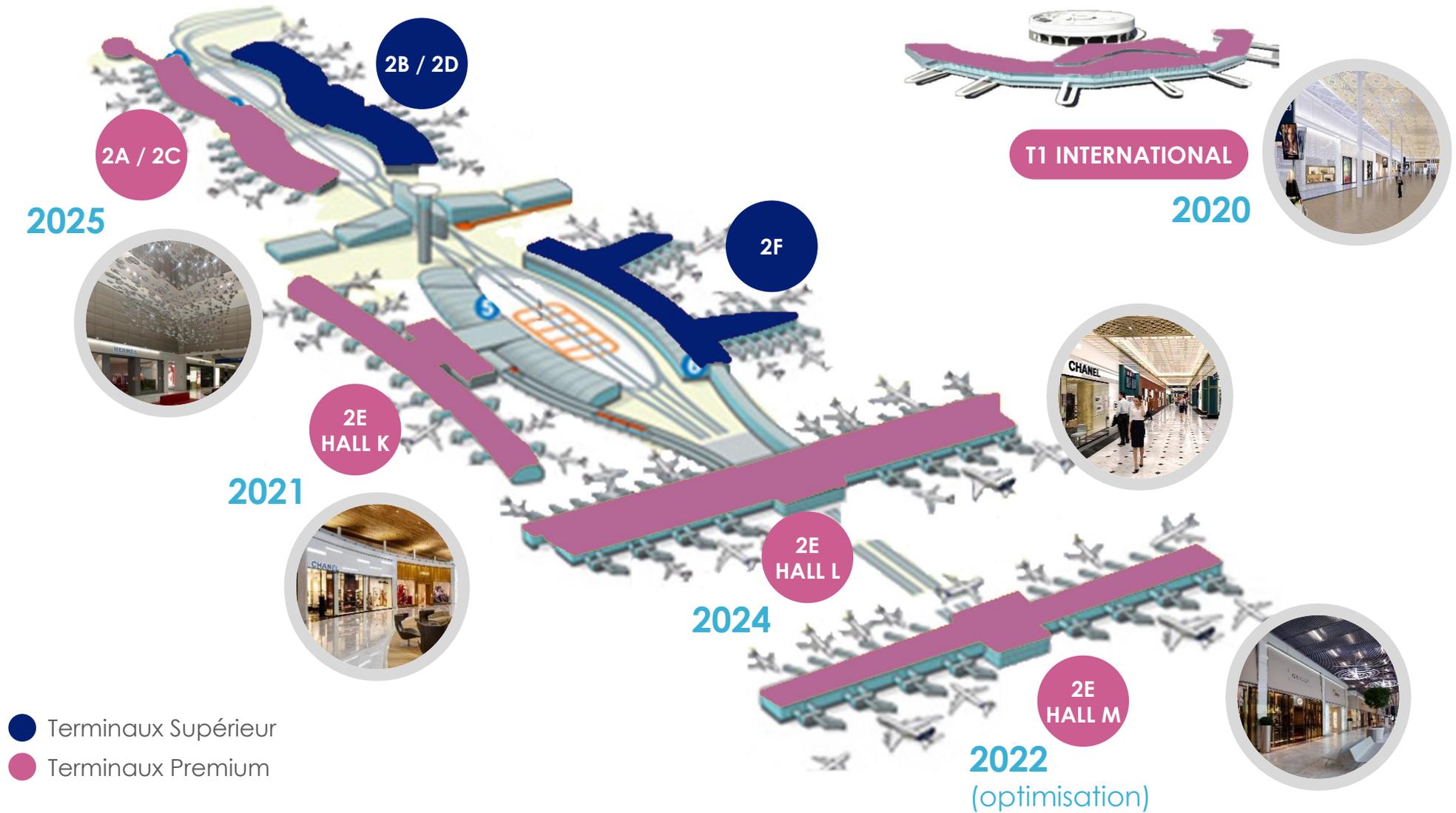


LE PLAN DE
DUPLICATION
DU FORMAT
PREMIUM



LE PLAN DE DUPLICATION DU FORMAT PREMIUM

AU TOTAL, 5 TERMINAUX PREMIUM, TOUS À PARIS - CHARLES DE GAULLE



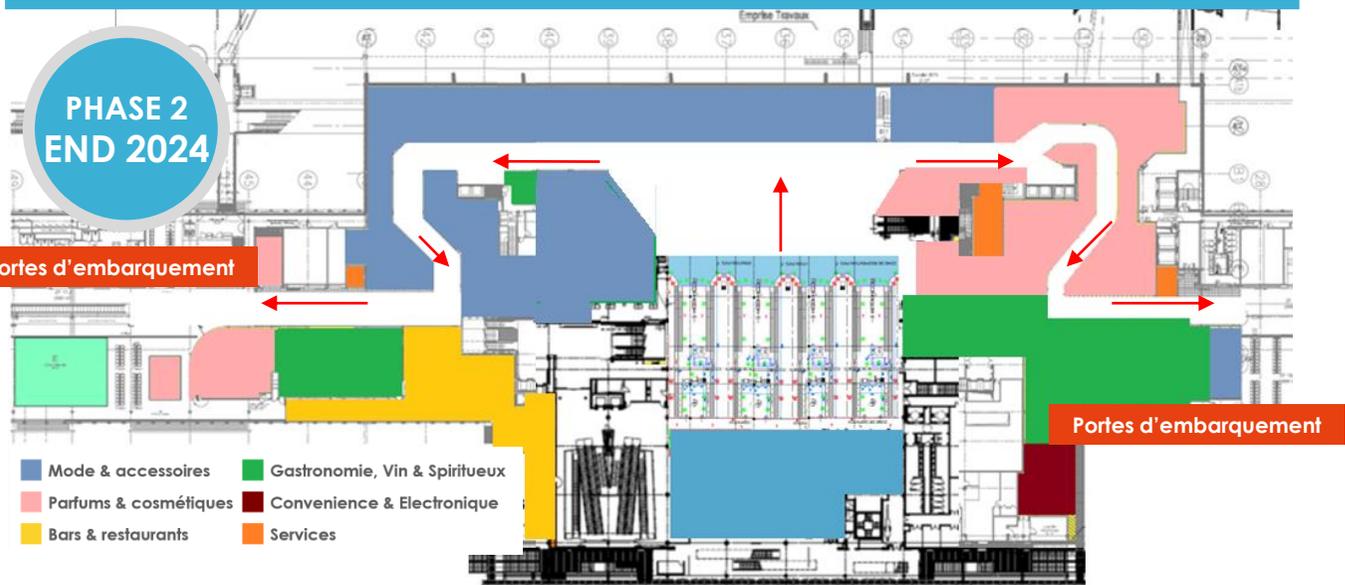
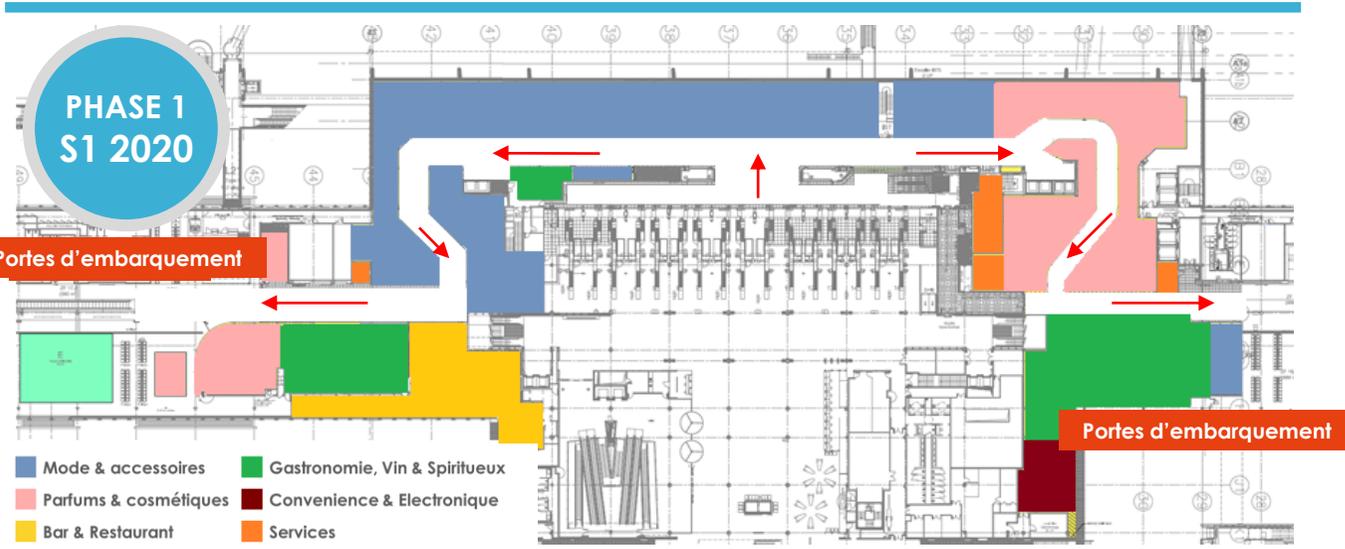
LE 2E HALL L : LA GALERIE PARISIENNE

PHASE 1 OUVERTURE S1 2020 & PHASE 2 OUVERTURE FIN 2024



LE 2E HALL L : LA GALERIE PARISIENNE

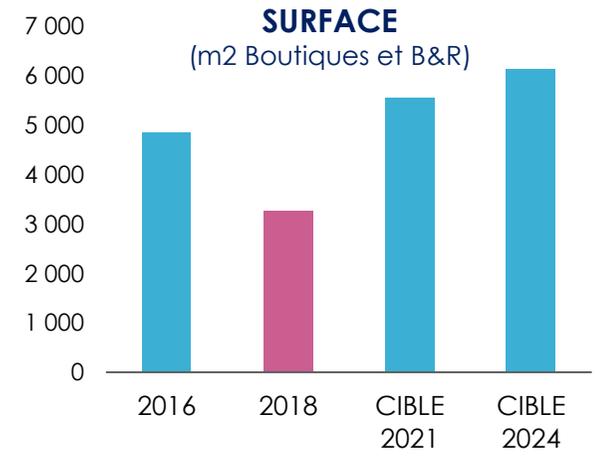
PHASE 1 FINALISÉE S1 2020 & PHASE 2 FIN 2024



Un portefeuille de
16 boutiques mono marques
en 2020

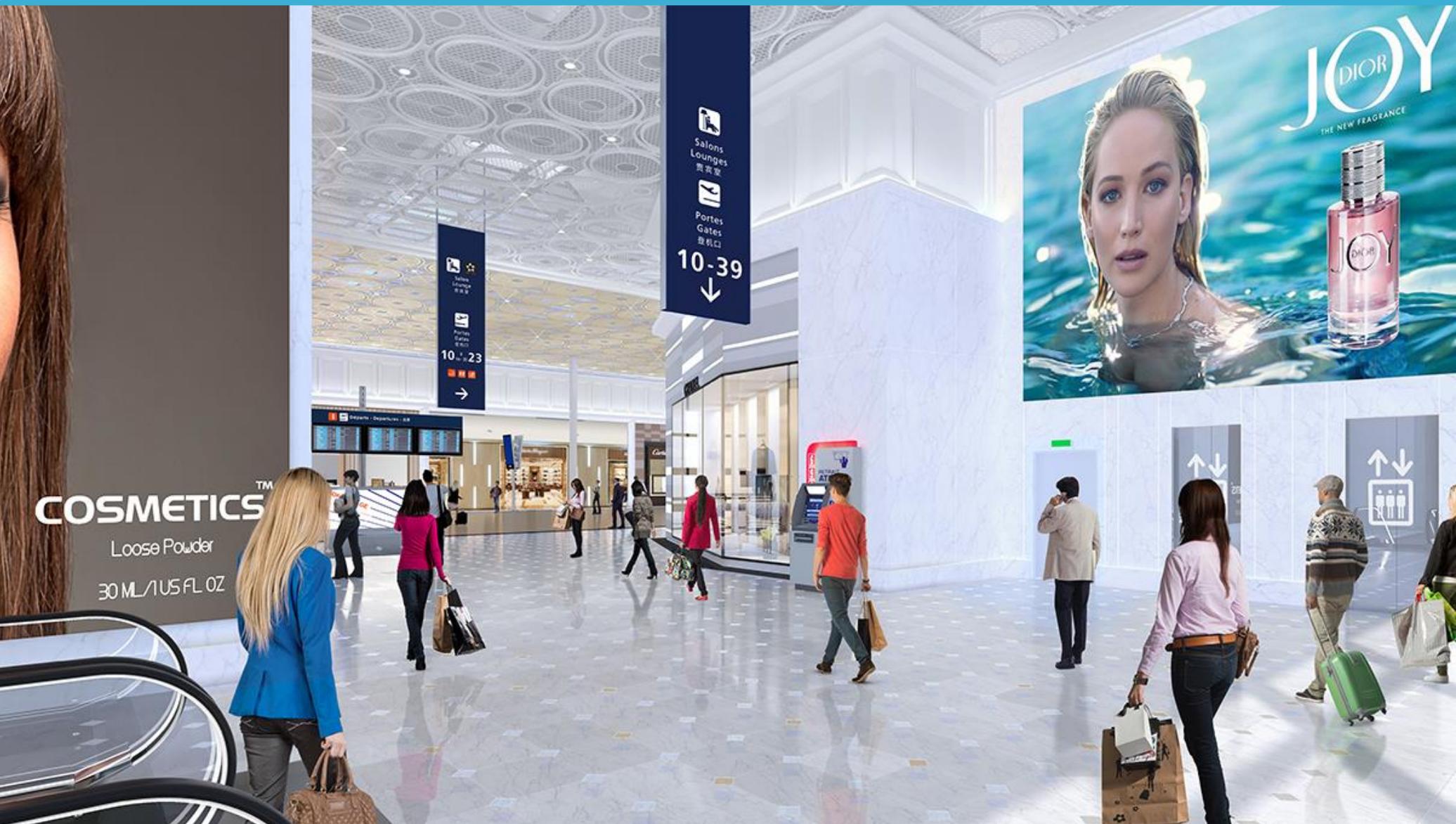


□ Nouvelles marques, absentes en 2018



LE T1 INTERNATIONAL : LE GRAND MAGASIN PARISIEN OUVERTURE ÉTÉ 2020

L'« ultimate Parisian shopping and dining experience » |



LE T1 INTERNATIONAL : LE GRAND MAGASIN PARISIEN

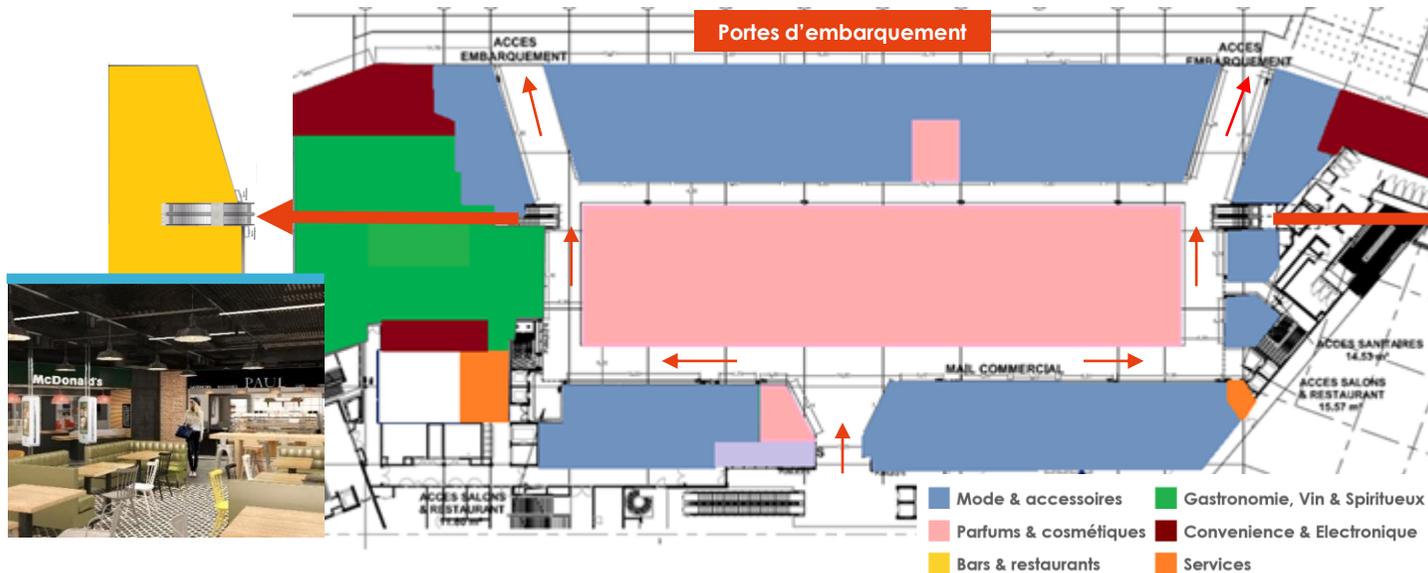
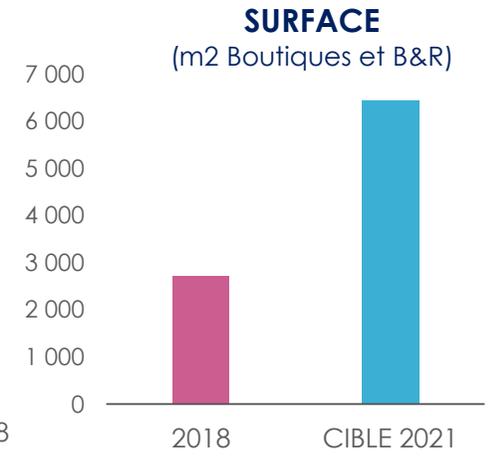
OUVERTURE ÉTÉ 2020



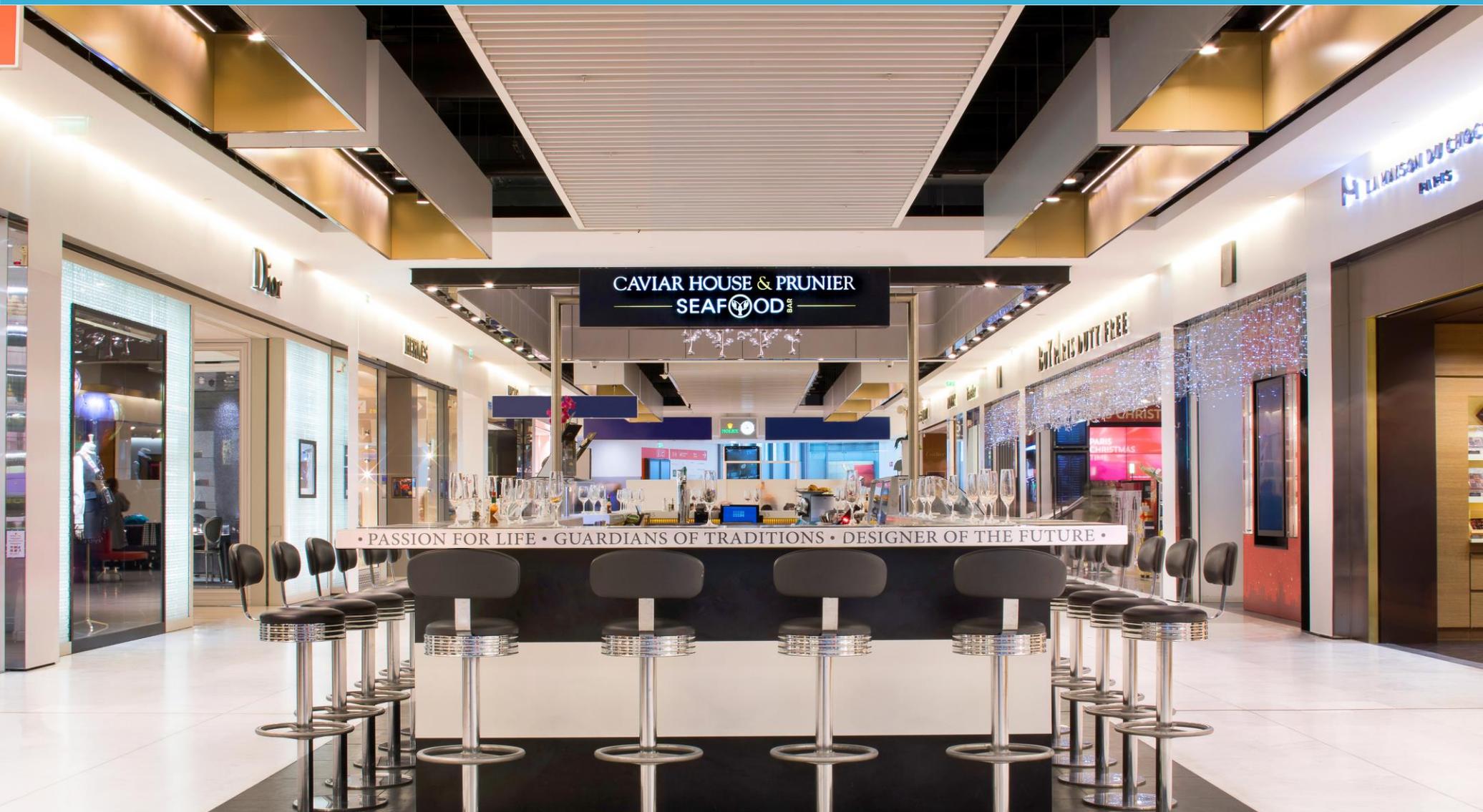
Un portefeuille de **18 boutiques mono marques en 2020**



□ Nouvelles marques, absentes en 2018

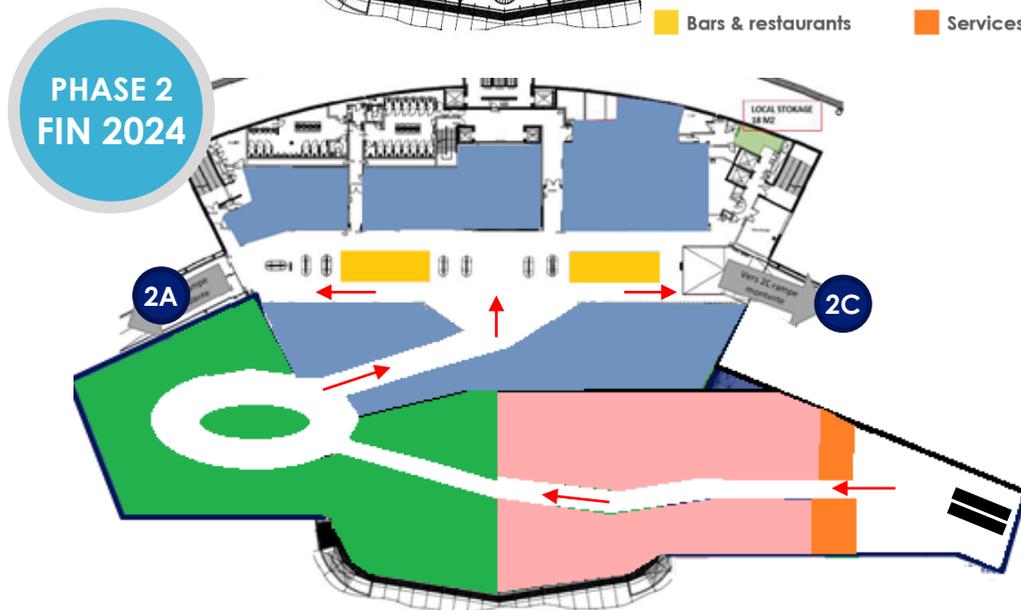
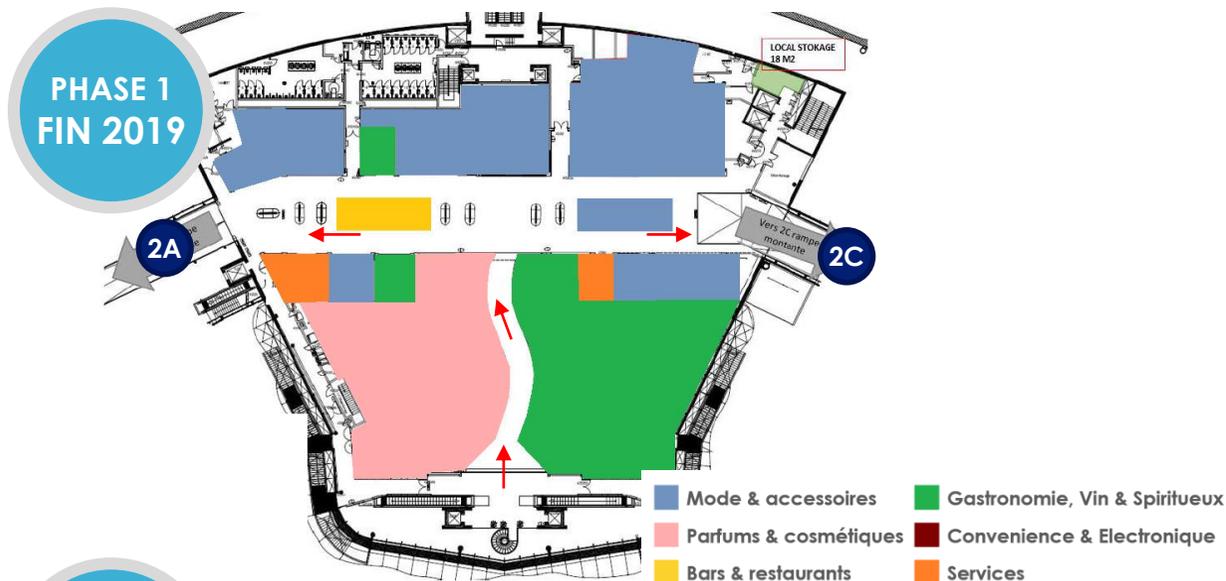


LA LIAISON AC : LE GRAND MAGASIN PARISIEN
PHASE 1 FINALISÉE FIN 2019 & PHASE 2 FIN 2024



LA LIAISON AC : LE GRAND MAGASIN PARISIEN

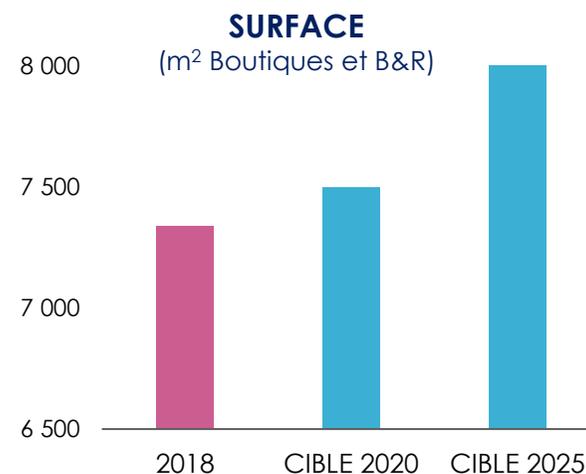
PHASE 1 FINALISÉE FIN 2019 & PHASE 2 FIN 2024



Un portefeuille de
11 boutiques mono marques
en 2019



☐ Nouvelles marques, absentes en 2018



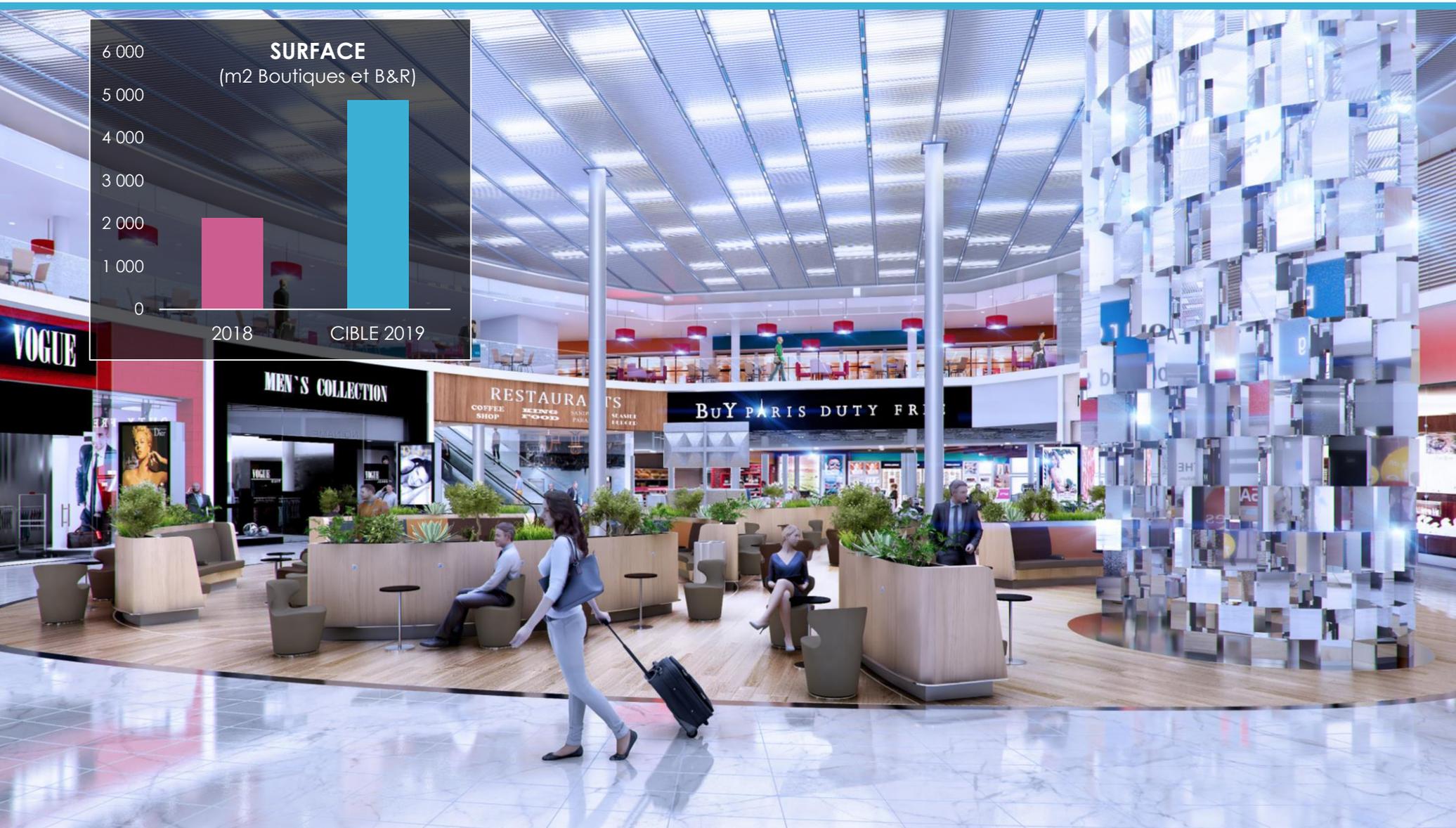
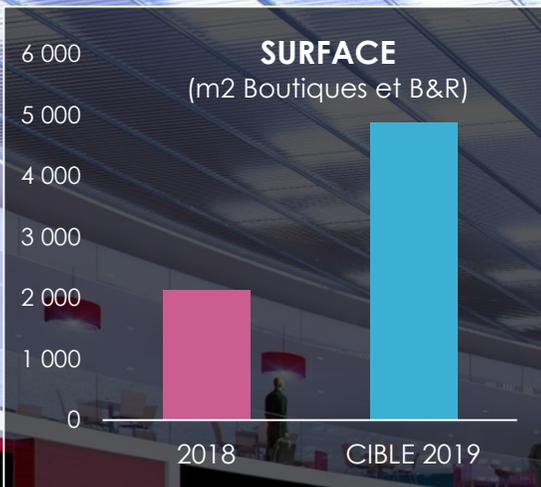


**LE FORMAT SUPÉRIEUR
LABORATOIRE &
DUPLICATION**



LE LABORATOIRE DU FORMAT SUPÉRIEUR : ORLY 3

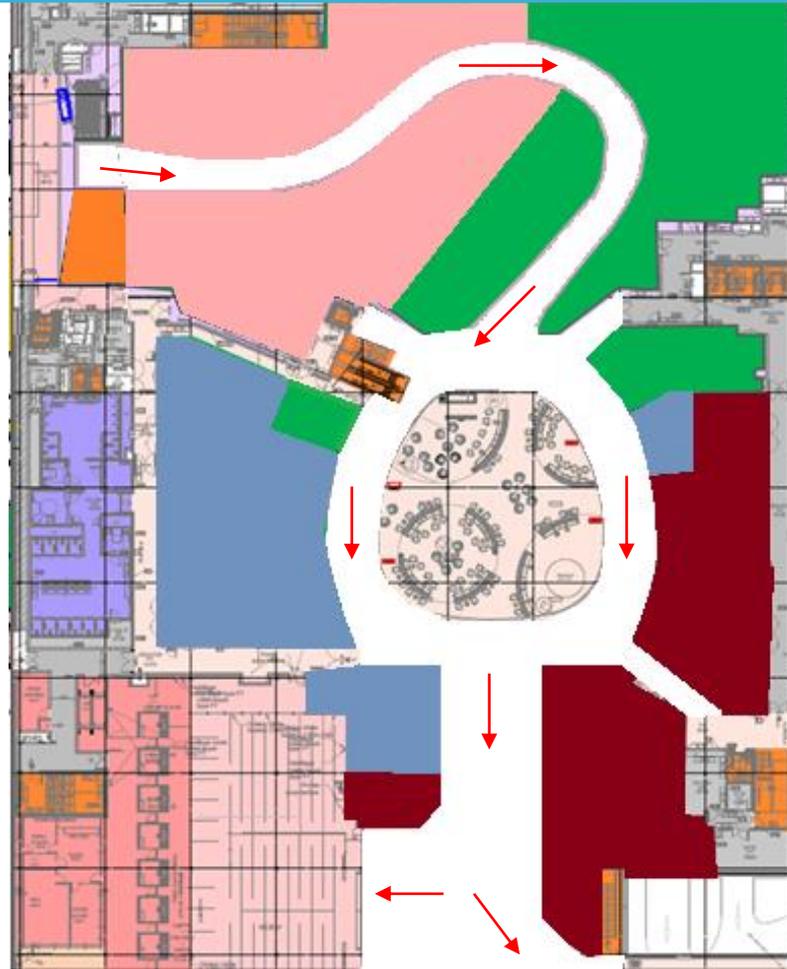
OUVERTURE S1 2019



LE LABORATOIRE DU CONCEPT SUPÉRIEUR : ONLY 3

FOCUS SUR LES CHEFS FRANÇAIS, LA GASTRONOMIE, LA BEAUTÉ & LA MODE « TRENDY »

L'« ultimate Parisian shopping and dining experience » |

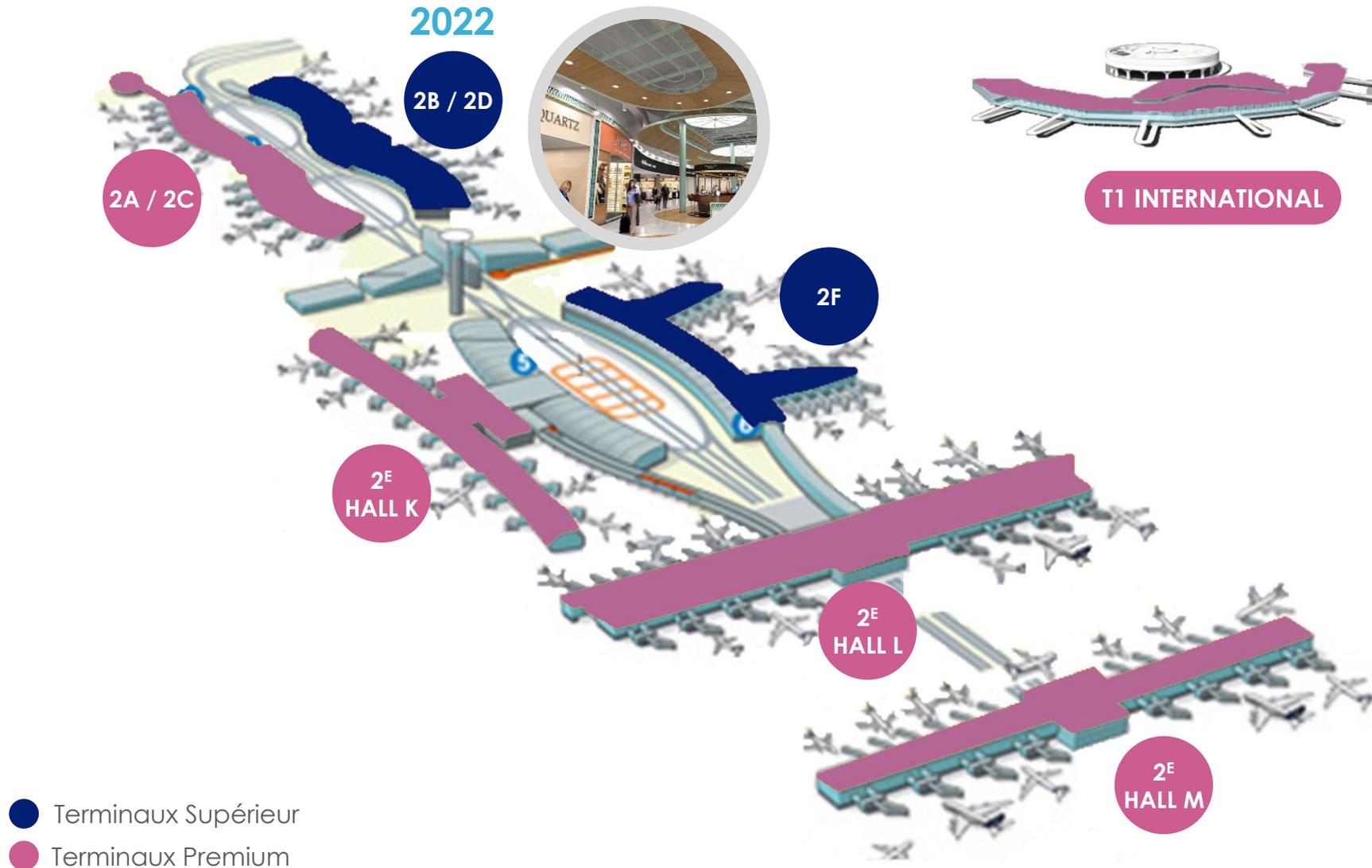


- Mode & accessoires
- Parfums & cosmétiques
- Bars & restaurants
- Gastronomie, Vin & Spiritueux
- Convenience & Electronique
- Services



LE PLAN DE DUPLICATION DU FORMAT SUPÉRIEUR

AU TOTAL, 5 TERMINAUX « SUPÉRIEUR » : 2 À PARIS – CHARLES DE GAULLE ET 3 À PARIS – ORLY



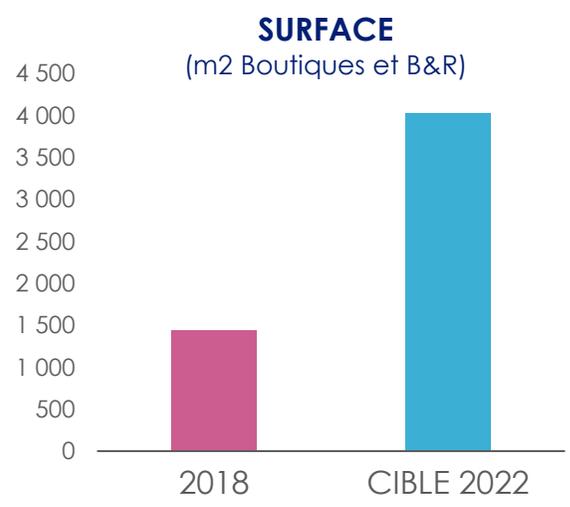
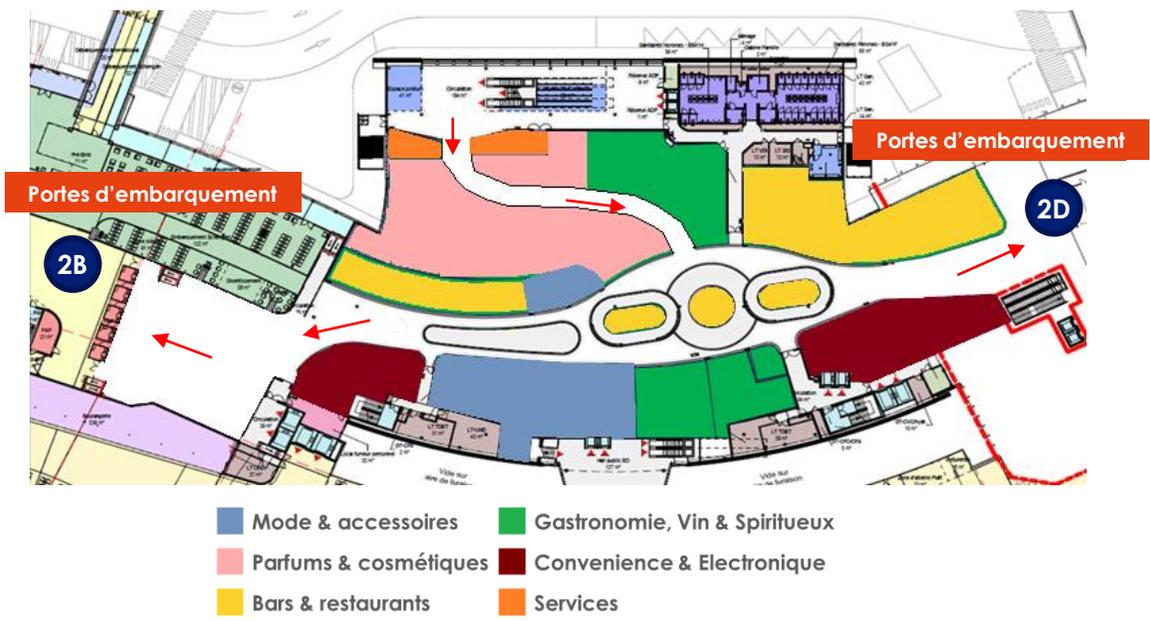
LA LIAISON BD : LA HALLE GOURMANDE PARISIENNE

OUVERTURE PRINCIPALE ÉTÉ 2020, FINALISATION EN 2022



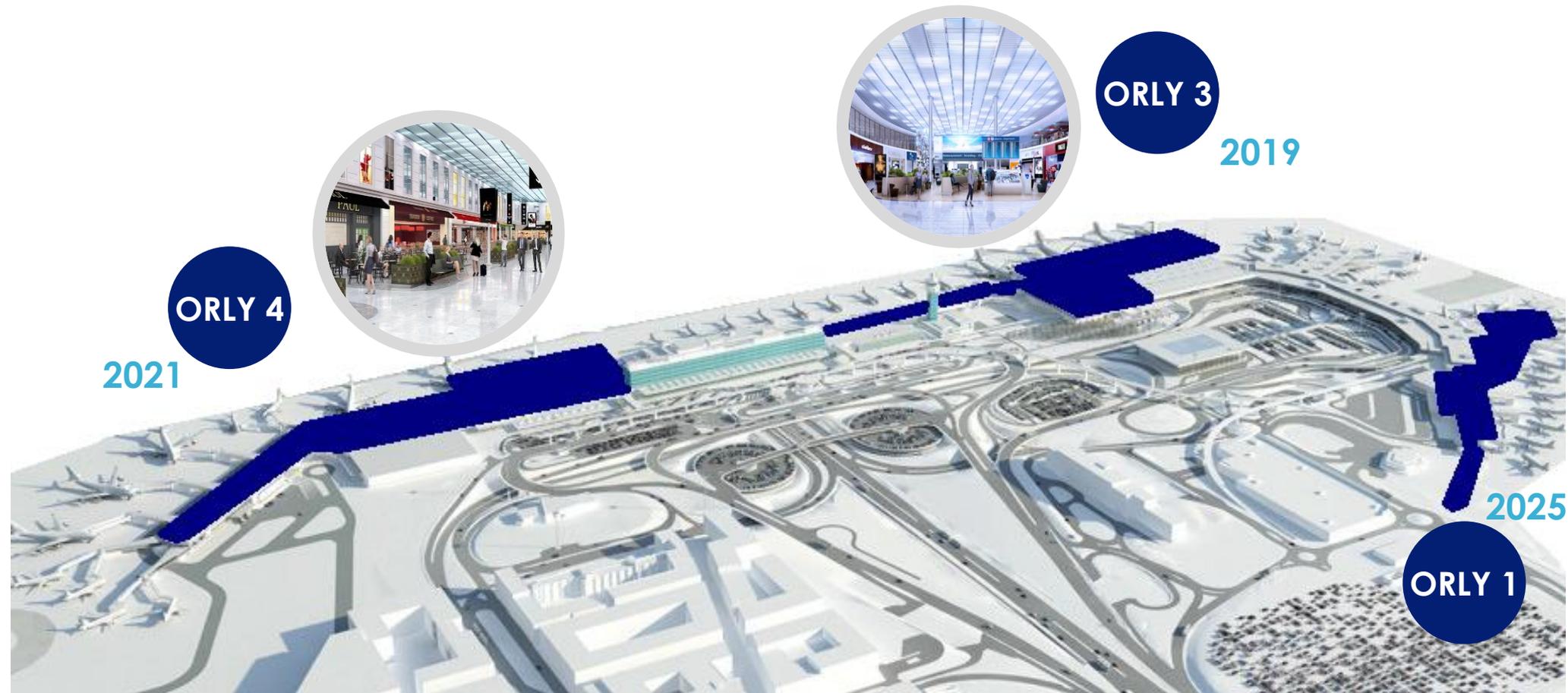
LA LIAISON BD : LA HALLE GOURMANDE PARISIENNE

OUVERTURE PRINCIPALE ÉTÉ 2020, FINALISATION EN 2022



LE PLAN DE DUPLICATION DU CONCEPT SUPÉRIEUR

AU TOTAL, 5 TERMINAUX SUPÉRIEURS, 2 À PARIS – CHARLES DE GAULLE ET 3 À PARIS – ORLY

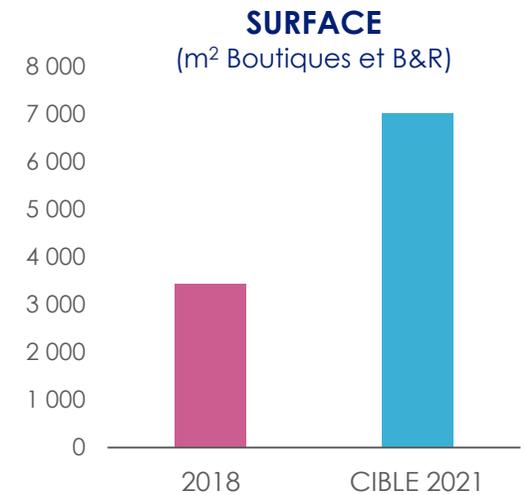


ONLY 4 : LA PLACE PARISIENNE
PROJET SE TERMINANT S1 2021

L'« ultimate Parisian shopping and dining experience » |



ORLY 4 : LA PLACE PARISIENNE
 PROJET SE TERMINANT S1 2021



4

Le modèle économique

UN MODÈLE ÉCONOMIQUE UNIQUE POUR SOUTENIR LE POSITIONNEMENT

UN MODÈLE DE CONCESSION AVEC DES JV OU DES MARQUES EN EXPLOITATION DIRECTE

Un modèle économique construit pour soutenir notre positionnement autour de

l' « ultimate Parisian shopping & dining experience », et qui permet d'atteindre :

- ◆ Le bon **niveau de contrôle**
- ◆ Le bon **niveau de partenariat** avec les concessionnaires
- ◆ **Une optimisation des coûts** concernant tout ce qui n'est pas relié directement aux 4 piliers du positionnement

Un modèle économique de concession, avec principalement 2 types de concessionnaires

Les marques exploitant directement leurs boutiques



4 JVs, détenues à 50% par ADP, et 50% par un partenaire (Lagardère, JC Decaux, SSP)



Le partenariat **dans les JVs**

Un horizon long terme:

Contrats allant jusqu'à fin 2022 pour SDA, Relay@ADP (*travel essentials*) et MAP

Contrats allant jusqu'à 2025 pour Epigo

Consolidation en intégration globale

dans les comptes d'ADP
(hors Epigo)

MAP depuis 2016

SDA et Relay@ADP à partir du T2 2019⁽¹⁾

Forte présence dans la gouvernance

afin de s'assurer que la stratégie globale est bien déclinée au sein de chaque JV

1. Les parties se sont accordées fin mars sur ces nouvelles dispositions. La documentation juridique est en cours de finalisation et signature

5

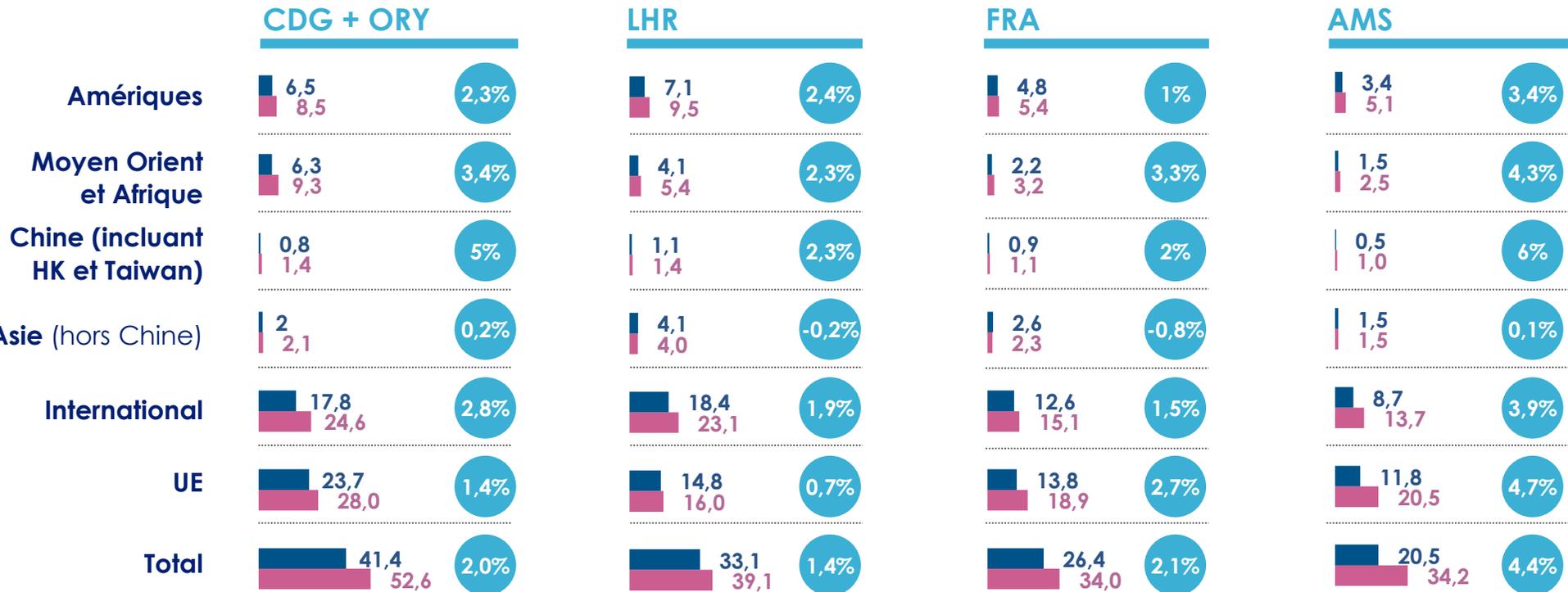
L'impact du trafic

CROISSANCE DU TRAFIC DÉPART ET MIX TRAFIC

UNE CROISSANCE SOUTENUE PAR LE TRAFIC INTERNATIONAL

Evolution du trafic départ 2006 > 2018, mpax

■ 2006 ■ 2018 % TCAM 2006 > 2018

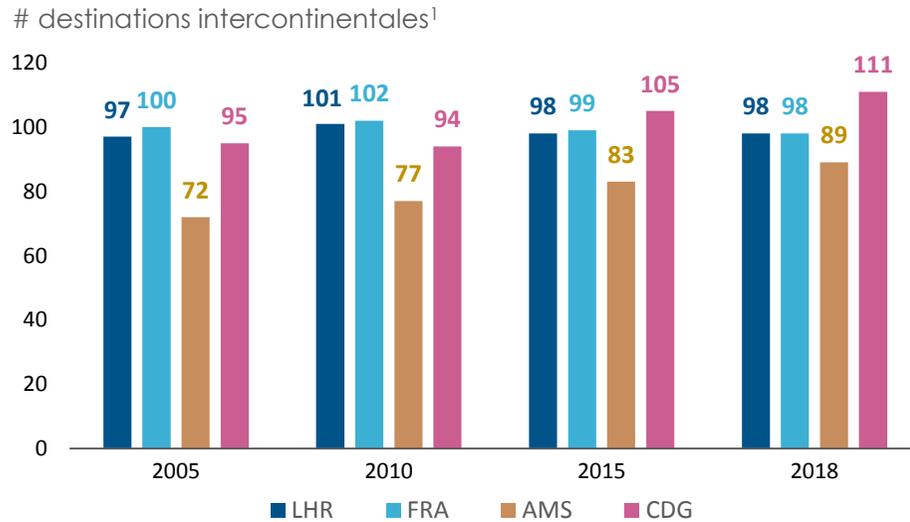


2% TCAM depuis 2006 soutenu par le trafic international qui a connu une hausse de 6,8 mpax

5% TCAM du trafic vers la Chine (incluant Hong Kong et Taiwan)

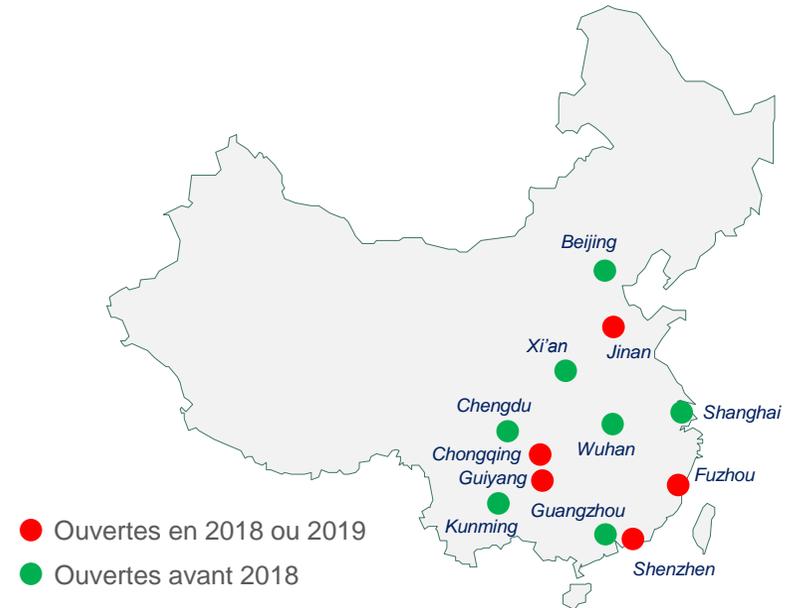
LE RÔLE DE LA DIRECTION AVIATION MARKETING

DÉVELOPPEMENT DE LA CONNECTIVITÉ INTERCONTINENTALE, NOTAMMENT VERS LA CHINE

Evolution de la connectivité Intercontinentale¹

- ◆ **CDG, l'aéroport européen** proposant le **plus de destinations intercontinentales** avec 111 destinations en 2018
- ◆ **Une nouvelle stratégie d'incentives** pour créer et accroître la connectivité vers les destinations les plus créatrices de valeur (potentiel de marché et CA/pax)

Villes chinoises reliées à Paris – Charles de Gaulle et Paris – Orly (hors Hong Kong et Taiwan)



- ◆ **Paris la ville européenne la mieux connectée avec la Chine** en terme de nombre destinations et de nombre départs⁽²⁾
- ◆ **4 nouvelles destinations ouvertes en 2018** (Jinan, Shenzhen, Chongqing et Fuzhou) **et déjà 1 ouverture en 2019** (Guiyang)

1. Hors Europe, Russie, Turquie, Maroc, Algérie, Tunisie, Libye et Egypte. Destinations avec +104 départs annuels

2. Hors Honk Kong et Taiwan

6

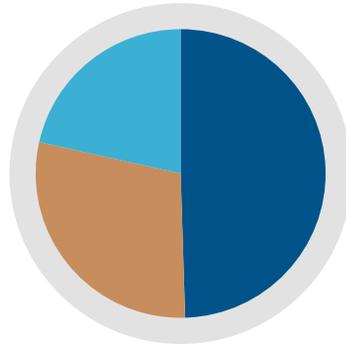
La stimulation de la demande

LA STIMULATION DE LA DEMANDE : LA MISE À DISPOSITION DE CASH UN NOUVEAU PROCESSUS DE DÉTAXE POUR FAVORISER LA CROISSANCE DES BOUTIQUES

L'optimisation du processus de détaxe est un **enjeu majeur** pour les commerces :

- ◆ Les **principaux utilisateurs** de la détaxe sont les **meilleurs clients** de nos boutiques, avec du temps perdu lors du processus de remboursement de détaxe en aéroport
- ◆ **Plus de 250 M€** de remboursement de détaxe en 2018 sur Paris – Charles de Gaulle et Paris – Orly

- Remboursement sur carte de crédit
- Remboursement en espèces (Euro)
- Remboursement en espèces (Devise)



- ◆ Une partie de leurs dépenses dans nos boutiques provient de l'argent récupéré du remboursement de détaxe, mais **uniquement si le remboursement est en € à l'aéroport**

Un **nouveau processus démarrant en avril 2019** visant un meilleur service et une hausse des sommes réinvesties dans nos boutiques:

- ◆ Un nouveau concessionnaire de détaxe, **Cash Paris** en partenariat avec GB, Planet et SDA
- ◆ Détaxe en espèces **uniquement en €**
- ◆ Processus de détaxe transféré **côté piste, proche des boutiques**
- ◆ **Meilleure qualité de service**, opéré par les équipes de SDA (moins d'attente, meilleur accueil)



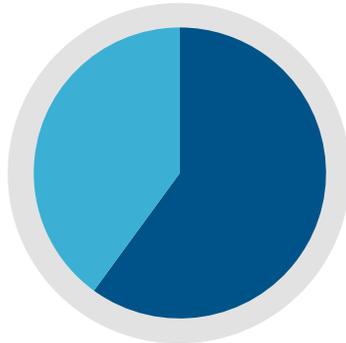
LA STIMULATION DE LA DEMANDE : LE CRM

UN MOYEN DE FAIRE DE PARIS AÉROPORT LE LIEU PRIVILÉGIÉ D'ACHAT

my PARIS AÉROPORT

- ◆ Lancement : **30/05/2016**
- ◆ Cible : **Frequent Flyers**
- ◆ **450 K** membres
(objectif de 2020 déjà franchi)
- ◆ **37M€** ventes en 2018 (x **4,3** vs 2017)

- Boutiques
- Parking



- ◆ SDA : Panier moyen des membres presque **deux fois** plus élevé que le panier moyen des voyageurs français

my PARIS AÉROPORT

VOTRE PARKING AU MEILLEUR PRIX EN RÉSERVANT DÈS MAINTENANT

5 jours de stationnement en parking EDO pendant les vacances de la Toussaint

A partir de **75€*** au lieu de 129€ sur place

JE RÉSERVE

N'oubliez pas votre avantage my PARIS AÉROPORT

-5% SUR TOUTES VOS RÉSERVATIONS DE PARKING.

J'EN PROFITE

NOUVEAU SERVICE

DECouvrez A PARIS-CHARLES DE GAULLE LE PARKING **ECO VALET**

CONFIEZ-VOUS VOS CLÉS. VOTRE PERSONNEL SE CHARGE DE GARDER VOTRE VOITURE ET VOUS LA RESTITUE À L'ENTRÉE DU PARKING À VOTRE RETOUR.

JE RÉSERVE

my PARIS AÉROPORT LE PROGRAMME DE FIDÉLITÉ

LE PRINTEMPS REVIENT ET NOS OFFRES AUSSI

PARIS Loves SPRING

-20% DE RÉDUCTION SUR LA 2^{ème} BOUTEILLE D'ALCOOL⁽¹⁾

-20% DE RÉDUCTION SUR LE 2^{ème} PARFUM⁽²⁾

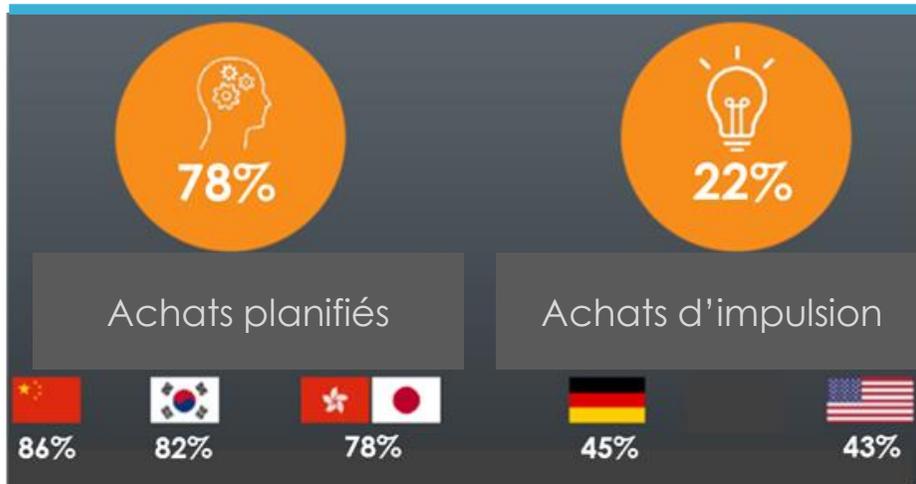
JUSQU'AU 9 AVRIL
DANS LES BOUTIQUES my PARIS DUTY FREE DES AÉROPORTS PARIS-CHARLES DE GAULLE ET PARIS-ORLY

J'en profite

LA STIMULATION DE LA DEMANDE : LES ACHATS PLANIFIÉS

UNE DÉMARCHE DE SENSIBILISATION AVANT L'ARRIVÉE À L'AÉROPORT

Des comportements clients de plus en plus orientés vers les **achats planifiés**



Source: M1ndset Périmètre d'étude ADP

- ◆ Une démarche de sensibilisation à nos offres commerciales auprès des passagers en amont de leur arrivée à l'aéroport est nécessaire

Des initiatives ciblant les **passagers internationaux et français**

- ◆ Une démarche BtoB and BtoBtoC sur **4 marchés prioritaires** (Chine, HK, Japon, Russie) : conférences de presse, réseaux sociaux, partenariats avec des acteurs du tourisme...



- ◆ Développement d'une **marketplace**, proposant actuellement des services et des offres de parking, et prochainement une véritable offre shopping

7

Conclusion

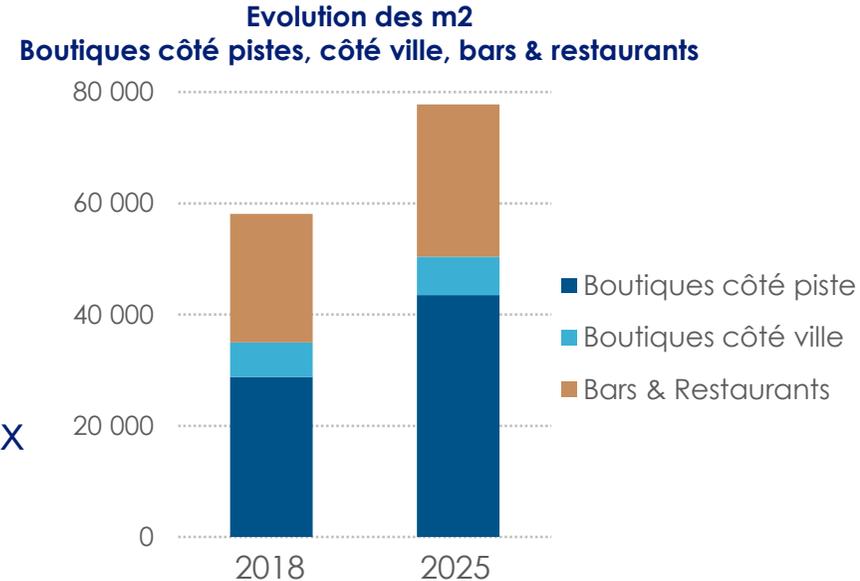
CONCLUSION

Une stratégie reposant sur **4 piliers**

- UN POSITIONNEMENT** : the « ultimate Parisian shopping & dining experience »
- UN BUSINESS MODEL** rendant possible la mise en œuvre du positionnement
- UN TRAFIC EN CROISSANCE**, avec un mix favorable
- UNE STIMULATION DE LA DEMANDE**

Une stratégie enrichie dans les prochaines années par **de nombreux projets et initiatives**, porteurs de croissance

Un objectif à 27€ en 2025 pour le CA/pax côté piste Boutiques + B&R



Un objectif intermédiaire de 25,5€ en 2021 pour le CA/pax côté piste Boutiques + B&R, 2021 étant la première année pleine suivant la livraison des projets d'infrastructure de la période 2016 - 2020

Avertissement

Cette présentation ne constitue pas une offre de vente de valeurs mobilières aux Etats-Unis ou dans tout autre pays. Des informations prospectives sont incluses dans cette présentation. Ces informations prospectives (y compris, le cas échéant, des prévisions et des objectifs) sont fondées sur des données, hypothèses et estimations considérées comme raisonnables à la date de diffusion du présent document, mais qui peuvent cependant s'avérer inexactes et sont, en tout état de cause, sujettes à risques. Il n'existe donc aucune certitude que les événements prévus auront lieu ou que les résultats attendus seront effectivement obtenus. Des informations détaillées sur ces risques potentiels et incertitudes susceptibles d'entraîner des différences entre les résultats envisagés et ceux effectivement obtenus sont disponibles dans le document de référence déposé auprès de l'autorité des marchés financiers le 6 avril 2018 sous le numéro D.18-0298, consultable en ligne sur le site internet de l'AMF à l'adresse www.amf-france.org ou celui d'Aéroports de Paris à l'adresse www.parisaeroports.fr. Aéroports de Paris ne s'engage pas et n'a pas l'obligation de mettre à jour les informations de nature prévisionnelle contenues dans ce document pour refléter les faits et circonstances postérieurs à la date de cette présentation.

À propos du Groupe ADP

Le Groupe ADP aménage et exploite des plates-formes aéroportuaires parmi lesquelles Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly et Paris-Le Bourget. En 2018, le groupe a accueilli sous sa marque Paris Aéroport, plus de 105 millions de passagers sur Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly, 2,3 millions de tonnes de fret et de courrier et près de 176 millions de passagers à l'étranger. Bénéficiant d'une situation géographique exceptionnelle et d'une forte zone de chalandise, le groupe poursuit une stratégie de développement de ses capacités d'accueil et d'amélioration de sa qualité de services et entend développer les commerces et l'immobilier. En 2018, le chiffre d'affaires du groupe s'est élevé à 4 487 millions d'euros et le résultat net à 610 millions d'euros.

Siège social : 1 rue de France – 93290 Tremblay en France. Société anonyme au capital de 296 881 806 euros. 552 016 628 RCS Bobigny.

Relations Investisseurs

Audrey Arnoux

Tel : + 33 1 74 25 70 64

Mail : invest@adp.fr

Site internet : finance.groupeadp.fr

Crédits photos : © Aéroports de Paris – Groupe ADP – Gwen le Bras – Jean-Marc Jouanneaux – Alain Leduc – Didier Boy de la Tour – ADP Ingénierie – Arnaud Gaulupeau - Louis Vuitton/Stéphane Muratet