



UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

Rapport **D'IMPACT**

Évaluation de l'impact des centres commerciaux
d'Unibail-Rodamco-Westfield en Europe



**Nos centres
commerciaux :
un impact positif
pour nos parties
prenantes.**

Éditorial

JEAN-MARIE TRITANT

Président du Directoire
d'Unibail-Rodamco-Westfield

En créant et en animant des lieux de vie durables qui réinventent le vivre-ensemble, Unibail-Rodamco-Westfield (URW) contribue activement à la vitalité des villes, à la dynamique du commerce et à la qualité de vie des habitants.

Qu'est-ce qui réunit aujourd'hui les citoyens ? Qu'est-ce qui incarne le vivre-ensemble ? Ceux qui annonçaient la fin des métropoles, comme celle des centres commerciaux, se sont trompés. Les villes demeurent plus que jamais des espaces de créativité et de création de richesses, les centres commerciaux des espaces de vie dynamiques et partagés. Nos centres accueillent des personnes de tous âges, de toutes origines, de toutes conditions, qui se côtoient, se mélangent dans leurs activités de shopping, de restauration ou les expériences culturelles et de loisirs auxquels nous leur donnons accès. Cette sociabilité collective de proximité est précieuse car elle nourrit et consolide notre cohésion sociale. À travers ces espaces populaires du quotidien, nous sommes des animateurs de la vie en ville. Nous proposons quelque chose de rare : une expérience commune pour tous nos visiteurs.



« Cette étude n'est pas une fin en soi, mais un outil pour engager concrètement la discussion avec nos parties prenantes dans une démarche partenariale afin d'amplifier notre impact. »

Aménagement, mobilités, logement, énergie, consommation... nous le savons, c'est dans nos villes, au cœur des métropoles européennes, que se joue aujourd'hui une grande partie de la transition environnementale. Nous y contribuons en accompagnant les villes par des engagements élevés en matière de développement durable et des projets innovants de régénération, de rénovation et d'intensification urbaines. Notre feuille de route *Better Places* inclut un engagement de neutralité carbone d'ici 2030 sur la partie des émissions que nous maîtrisons* et d'ici 2050 sur toute notre chaîne de valeur**. URW est le premier groupe d'immobilier commercial dans l'Union européenne et la sixième entreprise du CAC 40 à obtenir la validation du SBTi*** sur ses objectifs de neutralité carbone. Notre stratégie comprend également des objectifs ambitieux couvrant la consommation d'eau, la gestion des déchets, la biodiversité, ou encore le développement des énergies renouvelables. Nous avons créé le *Sustainable Retail Index* pour accompagner nos commerçants dans la transition vers un commerce plus durable. Nous sommes déterminés à faire notre part.

Notre impact dans les villes où nous opérons est donc multiple et profond. Nos centres ont un rôle de catalyseur. Nous contribuons à la dynamique du commerce. Nous prenons part à la régénération des villes. Nous participons à l'emploi local,

la mixité et l'inclusion sociale. Par notre ancrage au cœur des métropoles, nous sommes aussi capables, à notre échelle, de venir en appui à de grandes politiques d'intérêt général : nous l'avons fait cette année en appuyant la consultation EurHope sur l'Europe de demain, en amont des élections européennes de juin 2024. En un mot, nous apportons une contribution que nous pensons utile à la vie collective et au bien commun.

Mais ce qui ne se mesure pas n'existe pas. C'est pourquoi, il nous a paru important, en toute transparence, d'évaluer et d'objectiver nos impacts. URW a ainsi développé une étude innovante et multidimensionnelle qui s'appuie sur une méthodologie robuste pour quantifier et qualifier notre impact. Nous sommes la première société d'immobilier commercial à engager publiquement une telle démarche au niveau européen et à la décliner dans chaque pays et dans chaque centre. C'est une manière, modestement et à notre échelle, d'ouvrir le débat sur notre contribution. Cette étude n'est pas une fin en soi, mais un outil pour engager concrètement la discussion avec nos parties prenantes dans une démarche partenariale afin d'amplifier notre impact. Ainsi, je suis heureux de partager cette étude et apporter notre pierre à l'édifice pour continuer à bâtir, avec nos parties prenantes, des villes plus durables et plus inclusives.

* Scope 1 et 2.

** Scope 1, 2 et 3, le scope 3 rassemblant essentiellement les émissions de gaz à effet de serre liées à la construction, à l'énergie consommée par les commerçants dans nos actifs et au transport des visiteurs.

*** Science Based Target initiative.

Notre Groupe en bref

Unibail-Rodamco-Westfield (URW) est un propriétaire, développeur et opérateur d'actifs immobiliers durables dans les villes les plus dynamiques d'Europe et des États-Unis.

URW est un partenaire engagé auprès des grandes villes dans le cadre de projets de régénération urbaine, en développant des projets d'urbanisme à usages mixtes et en accompagnant la rénovation complète de bâtiments existants avec des

standards de développement durable les plus exigeants du secteur. Ces engagements sont guidés par la stratégie RSE du Groupe, *Better Places*, dont l'objectif est d'accompagner la transition environnementale des villes et du commerce.

3 segments majeurs

Développements
Investissements
Opérations

3 activités principales

Commerce
Bureaux et autres
Sites de congrès et d'expositions

2 Continents 12 Pays 75 Centres de shopping 900 M de visites par an

51 Mds€
portefeuille
d'actifs

3 Mds€
portefeuille de
développement

2 700
professionnels
de talent

Portefeuille d'actifs par activité



87% Commerce
6% Bureaux et autres
5% Congrès et expositions
2% Services

Portefeuille d'actifs par région

35% France
21% États-Unis
10% Europe Centrale
7% Allemagne
7% Espagne
7% Royaume-Uni
5% Pays nordiques
4% Autriche
3% Pays-Bas

Note: chiffres aux 30 juin 2023.

Introduction de l'étude

Objectif

Pour poursuivre sa mission de créer des lieux durables qui réinventent le vivre-ensemble et renforcer son impact positif sur la société et la vie quotidienne des habitants des territoires où il opère, URW a développé pour la première fois pour une foncière commerciale au niveau européen, une méthodologie innovante pour analyser et mesurer l'impact multidimensionnel –

économique, environnemental, social et pour le bien commun – de ses activités de commerce de manière cohérente et granulaire au niveau de l'Europe, des pays où il est présent et de chacun de ses centres. PWC Strategy& a accompagné le Groupe dans cette démarche pour assurer la robustesse et l'objectivité de la méthodologie et des résultats.

Méthodologie

Une approche innovante guidée par trois principes

Première étude dans le secteur de l'immobilier commercial qui intègre une approche holistique à 360°, ne se concentrant pas uniquement sur les dimensions traditionnelles des études socio-économiques (contribution au PIB, impôts et emplois), mais aussi l'aspect environnemental et la contribution à l'intérêt général.

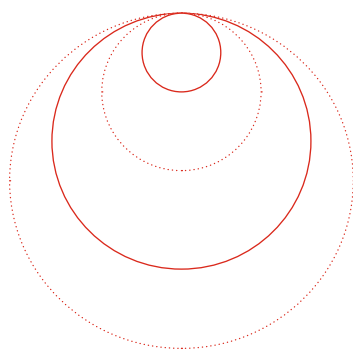
Une étude qui intègre les points de vue des parties prenantes d'URW, avec lesquelles le Groupe a échangé dans le cadre de l'étude pour intégrer leurs perspectives. Notre objectif ici était de dépasser le reporting traditionnel qui mesure les résultats du point de vue de l'entreprise pour prendre la perspective et le point de vue des parties prenantes.

Une étude qui mesure l'impact de manière structurée et cohérente à tous les échelons géographiques : impact en Europe, de chaque pays et de chaque actif, pour renforcer l'impact à chaque niveau, contrairement aux études traditionnelles qui mesurent l'impact au niveau du Groupe seulement ou d'un actif ou d'une région.

Périmètre

L'étude se concentre sur le périmètre géographique européen (Royaume-Uni inclus) et sur l'activité commerce pour l'année 2022. L'étude prend en compte les activités illustrées dans le schéma

ci-dessous pour refléter la méthodologie présentée ci-dessus, en particulier l'intérêt des parties prenantes de comprendre l'impact global des actifs (PIB, impôts, emplois) au-delà de la contribution directe d'URW.



Direct

Activité d'URW

Indirect

Fournisseurs d'URW (tier 1)
et leurs fournisseurs (tier 2)

Induit

Résultant de la consommation directe et indirecte

Hébergé

Lié aux locataires d'URW

Définition

Un centre commercial doit être distingué d'une zone commerciale ou d'un hypermarché.

Le centre commercial est composé d'un seul bâtiment comprenant, sous un même toit, un ensemble de commerces et d'activités. Il peut accueillir un supermarché. Le client se déplace à pied dans des galeries couvertes. Le centre est en général détenu par une seule foncière.

Les zones commerciales, bien souvent en entrée de villes, sont composées de magasins isolés avec des façades généralement en tôle et entourés de vastes parcs de stationnement. Elles peuvent accueillir des supermarchés, parfois des hypermarchés et des centres commerciaux. Le client se rend d'un magasin à l'autre en voiture. Les zones commerciales sont composées d'une multitude de propriétaires fonciers.

Synthèse de notre impact en Europe

URW génère un impact positif dans 4 domaines clés : économique, environnemental, social et pour le bien commun. Pour chacun des quatre axes, l'étude a identifié les trois contributions majeures vis-à-vis des parties prenantes d'URW et a cherché à les qualifier et quantifier avec les deux à trois indicateurs les plus pertinents.

Économique

Contribuer à la croissance et au développement

Pour les **villes** et les **territoires**
Pour les **commerçants**
Pour les **consommateurs**

Environnemental

Développer des villes durables

Moins d'émission de **carbone**
Moins de consommation d'**énergie**
Moins d'utilisation de **ressources**



Social

Promouvoir l'inclusion sociale

Plus d'**emplois locaux** et d'**inclusion**
Plus de **lien** et de **cohésion sociale**
Plus de **soutien** aux **acteurs de l'engagement**

Bien commun

Agir pour l'intérêt général

Un architecte de l'**intensité urbaine**
Un forum des **temps modernes**
Un appui aux **politiques publiques**

URW, un catalyseur d'impact

Un catalyseur de croissance

10 Mds €

de contribution au PIB générés par les centres commerciaux d'URW en Europe en 2022.



Effet multiplicateur

x 10

Autrement dit, pour chaque euro directement généré par URW, 9€ additionnels générés par l'activité de nos centres dans l'économie (commerçants, fournisseurs, ...).

Un catalyseur de réduction de carbone

-71 %

de réduction d'émissions carbone entre 2015 et 2022 pour le Groupe.



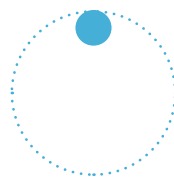
x 18*

Autrement dit, pour chaque tonne de carbone réduite sur les émissions directes d'URW entre 2015 et 2022 (scope 1 et 2), 17 tonnes additionnelles réduites sur le reste de la chaîne de valeur (scope 3).

Un catalyseur d'emplois

133 000

emplois soutenus par les centres commerciaux URW en Europe.



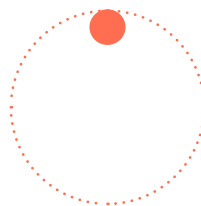
x 66**

Autrement dit, la création d'un emploi direct par URW permet de soutenir 65 autres emplois dans les centres et en Europe (commerçants, fournisseurs, ...).

Un catalyseur d'action publique

700 M

de visites annuelles et 38 M d'audience digitale, permettant d'appuyer, à notre échelle, des politiques publiques d'intérêt général.



80 %

Avec 56 centres en Europe, URW offre une plateforme médiatique unique qui donne accès à 7 900 commerçants et 62M de visiteurs uniques, soit l'équivalent de 80% des habitants des villes et 17% de la population européenne des pays où URW opère.

* Effet multiplicateur entre les émissions directes d'URW (scope 1 et 2) et les émissions totales (scope 1, 2, 3) incluant notamment la construction, l'énergie consommées par les commerçants, et le transport des visiteurs. Calcul sur la base des réductions d'émissions de gaz à effet de serre (GES) du Groupe sur les Scopes 1, 2 et 3 atteintes en 2022 par rapport à 2015.

** Effet multiplicateur total en comptant les emplois des commerçants hébergés dans les centres. Effet multiplicateur de 8x sans les compter.

Notre impact par pays

France

Aéroville
Carrusel du Louvre
Cnit
Confluence
Les Ateliers Gaîté
L'Usine Mode & Maison
Polygone Riviera
Rennes Alma
So Ouest
La Toison d'Or
Ulis 2
La Valentine
Westfield Carré Sénart
Westfield Euralille
Westfield Forum des Halles
Westfield La Part-Dieu
Westfield Les 4 Temps
Westfield Parly 2
Westfield Rosny 2
Westfield Vélizy 2

Espagne

Bonaire
Equinoccio
Garbera
Westfield La Maquinista
La Vaguada
Westfield Parquesur
Splau
Westfield Glòries

Royaume-Uni

Westfield London
Westfield Stratford City

Danemark

Fisketorvet

Suède

Westfield Mall of Scandinavia
Nacka Forum
Westfield Täby Centrum

Pays-Bas

Stadshart Amstelveen
Stadshart Zoetermeer
Westfield Mall of the Netherlands

Pologne

Westfield Arkadia
Centrum Ursynow
Westfield Mokotow
Wileńska
Wroclavia

Tchéquie

Centrum Černý Most
Westfield Chodov
Metropole Zličín

Slovaquie

Aupark

Autriche

Westfield Donau Zentrum
Westfield Shopping City Süd

Allemagne

Westfield Centro
Gropius Passagen
Höfe am Brühl
Minto
Palais Vest
Pasing Arcaden
Paunsdorf Center
Ruhr Park



56 centres commerciaux en Europe

INDICATEURS DE PERFORMANCES

	Contribution au PIB (M€)	Nombre d'emplois	# Projets RSE	Nombre de visiteurs (M)
France 20	3 300	37 500	175	250
Royaume-Uni 2	1 550	21 000	71	80
Espagne 8	1 000	17 300	71	90
Danemark 1	100	1 600	10	10
Pays-Bas 3	250	8 900	20	30
Autriche 2	600	7 800	122	30
Allemagne 8	1 100	13 800	60	70
Suède 3	550	7 700	60	30
Pologne 5	700	11 500	41	60
Tchéquie 3	500	4 300	66	40
Slovaquie 1	150	1 600	12	10
56 centres	9 800	133 000	715*	700

* 715 projets, en incluant les projets des pays listés ci-dessus et les projets additionnels du corporate.

Notre impact économique

Contribuer à la croissance et au développement

Si URW est un acteur global qui contribue fortement à la croissance de l'économie européenne, le Groupe est avant tout un acteur « multi local ». URW est ainsi le partenaire privilégié des villes puisqu'il contribue au développement des infrastructures urbaines et du commerce, ainsi qu'à la vitalité économique des villes et des territoires où le Groupe opère.

Être un acteur européen permet à Unibail-Rodamco-Westfield d'agir comme un catalyseur de croissance et un moteur économique territorial au soutien du développement des commerçants, des territoires et de ses parties prenantes. En encourageant et en facilitant des modes de consommation diversifiés, omnicanaux et responsables, URW assure une mission essentielle au sein de l'économie locale. L'impact d'URW sur les économies nationales et locales est significatif grâce à une contribution importante aux PIB nationaux et à l'investissement local, aux investissements et aux impôts et taxes directs et indirects.

Les centres d'URW ont une forte fréquentation, partout en Europe : 20 des 35 premiers centres européens appartiennent à URW*.

URW est un soutien de premier plan du commerce local et de l'entrepreneuriat. Il est un partenaire clé et un investisseur de long terme pour les commerçants en finançant l'infrastructure, certains travaux ou encore en apportant aux entrepreneurs une visibilité unique grâce à la qualité des actifs du Groupe et l'animation qu'il organise.

Pour les villes et les territoires

URW est un contributeur important à la croissance, au financement et au développement des villes et des territoires où il opère.

Pour les commerçants

URW est un partenaire de choix qui soutient le commerce, l'entrepreneuriat et l'innovation.

Pour les consommateurs

URW met à la disposition de ses visiteurs une offre accessible, diversifiée, omnicanale et durable.

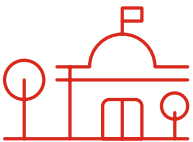
* sites-commerciaux.com, sur la base de la fréquentation 2019.



Westfield Mall of The Netherlands, Leidschendam, Pays-Bas

● ● ● Pour les villes et les territoires

URW est un contributeur important à la croissance, au financement et au développement des villes et des territoires.



Le Groupe génère des retombées économiques majeures pour les entreprises et les collectivités locales à long terme participant ainsi à la vitalité des territoires où il opère. Le Groupe a une contribution importante aux PIB et impôts locaux, nationaux et européens. La contribution au PIB en 2022 est équivalente au budget européen annuel du Fonds social pour le climat, tandis que la contribution fiscale est équivalente au budget européen du programme Erasmus en 2022. Localement, URW investit chaque année et dans la durée pour des projets d'exploitation et d'amélioration des sites du Groupe, à l'image de la rénovation de Westfield Lyon Part-Dieu ou du plus grand projet d'aménagement de centre-ville en Europe, Westfield Hamburg-Überseequartier qui vise à devenir le cœur vibrant du quartier.

**Pour la
croissance**

10 Mds €*

de contribution au PIB européen générés par les actifs d'URW en 2022.

**Pour les
budgets publics**

5 Mds €*

de contribution fiscale nationale et locale générés par les actifs d'URW en 2022.

**Pour le
développement**

3 Mds €

d'investissement direct sur les 5 dernières années, dont 400 M€ en 2022.

* Analyses faites sur la base des chiffres 2022, au périmètre Europe. Méthodologie définie par PWC Strategy& pour mesurer l'impact total des centres, c'est-à-dire direct (activité d'URW), indirect (fournisseurs d'URW Tier 1 et Tier 2), induit (résultant de la consommation directe et indirecte) et hébergé (lié aux locataires d'URW). La contribution au PIB est estimée comme la somme de la contribution directe (reflet de la production, de la valeur ajoutée et des emplois d'URW), indirecte (créée dans d'autres secteurs par l'achat de produits ou de services auprès de fournisseurs), induite

(créée par la consommation des employés dont les emplois ont été créés grâce à l'activité d'URW), et hébergée (résultant des ventes des locataires). La contribution fiscale est estimée comme la somme de la taxe foncière et autres taxes locales, cotisations sociales des employés et des employeurs, impôt sur le revenu et cotisations sociales (fournisseurs, locataires), impôt sur les sociétés des fournisseurs, impôt sur les sociétés des locataires et TVA générée par les ventes des locataires.

Westfield Mall of The Netherlands,
Leidschendam, Pays-Bas



●●● Pour les commerçants

URW est un partenaire de choix qui soutient le commerce, l'entrepreneuriat et l'innovation.



Le Groupe est un partenaire de choix pour les commerçants : en effet URW est un maillon essentiel du commerce en finançant l'infrastructure des centres, qui est l'outil de travail des commerçants, et en participant à la décarbonation du commerce (cf. *Better Places*) et sa digitalisation (exemple : installation de stations modernes de click & collect). Par ailleurs, URW est un partenaire de choix des entrepreneurs que le Groupe aide à faire grandir, notamment par la visibilité qu'il offre dans les centres particulièrement fréquentés.

URW est enfin un laboratoire du commerce et du divertissement innovant. Le Groupe dispose d'une agence de design interne, de sa propre agence de retail média (Westfield Rise) et d'un fonds de venture capital pour accompagner les enseignes. Nos centres sont très attractifs pour les commerçants, en témoigne la faible vacance de 4%. URW fait émerger des nouveaux concepts : en 2022, le Groupe a un taux de rotation de 12%. Le Groupe organise le Westfield Grand Prix qui permet de soutenir les concepts durables de demain : le gagnant bénéficie notamment d'un espace commercial gratuit au sein de nos centres. Ce concours a permis de révéler des marques qui sont désormais des références (Jimmy Fairly, Big Mamma, Faguo...).

Une performance exceptionnelle

+21%

de ventes dans les centres URW par rapport à des actifs comparables*.

Un soutien à l'entrepreneuriat

20%

des locataires sont indépendants (*franchisés inclus*).

Un soutien à l'innovation

53%

des baux en 2022 ont été signés par des nouvelles enseignes qui s'installent dans nos centres (vs. 47% de renouvellement).

* Green Street Advisors, analyse réalisée sur les centres commerciaux de catégorie A >30 000 m² GLA, à l'exclusion des Pays-Bas en raison du manque de données disponibles et de la Slovaquie en raison du manque de comparables. Période de 12 mois à compter de septembre 2022.



●●● Pour les consommateurs

URW met à la disposition de ses visiteurs une offre accessible, diversifiée, omnicanale et durable.

URW développe le commerce numérique et innovant de demain afin d'assurer l'accès des visiteurs à une offre diversifiée, omnicanale et durable. En effet, URW soutient activement, et développe même dans certains cas, des innovations numériques favorisant l'accès à des biens et services innovants et durables à l'instar de la Station Colis @Westfield. Ces innovations participent à un commerce plus responsable, les visiteurs bénéficiant de la totalité des biens, services et loisirs dont ils ont besoin en un seul lieu, ce qui contribue à réduire les déplacements, les emballages, les retours individuels de colis. Le commerce physique consomme dix fois moins d'emballages carton et 1,5x moins de plastique qu'un achat en ligne. En 2023, le Groupe a lancé le *Sustainable Retail Index* pour accompagner l'évolution du commerce vers un modèle plus durable.

**Une offre
diversifiée**

+72%

des visiteurs choisissent nos centres pour l'accès à une offre plus large et diversifiée que les autres destinations*.

**Une marque
omnicanale**

70%

des consommateurs URW ont une consommation omnicanale**.

**Une offre
durable**

65%

de baux verts parmi les baux de notre portefeuille.

* 2021 URW Usage and Attitude Study.

** 2021 URW Shopping Behaviour Study - En ligne / hors ligne.

Notre impact environnemental

Développer des villes durables

URW est un expert reconnu et un acteur résolu de la transition environnementale, engagé dans la création de lieux qui accélèrent la transition vers la ville durable.

Dans le cadre de sa stratégie *Better Places*, le Groupe réduit les émissions de gaz à effet de serre sur toute sa chaîne de valeur grâce à une approche détaillée et scientifique. Ainsi, URW s'est engagé à atteindre la neutralité carbone dès 2030 sur le scope 1 et 2, et à partir de 2050 sur le scope 1, 2 et 3, conformément aux recommandations du GIEC. URW est la première société

d'immobilier commercial dans l'Union européenne et la sixième entreprise du CAC 40 à obtenir la validation du SBTi sur des objectifs de neutralité carbone.

Better Places permet d'économiser 335 GWh chaque année jusqu'en 2030*, soit l'équivalent de la consommation électrique annuelle de 200 000 européens.

Moins d'émissions de carbone

URW poursuit des objectifs ambitieux de réduction des émissions carbone, en tirant parti d'un portefeuille d'actifs de haute qualité.

Moins de consommation d'énergie

URW accompagne la transition énergétique et les objectifs de sobriété énergétique européens, notamment en équipant ses infrastructures de panneaux solaires.

Moins d'utilisation de ressources

URW s'engage pour la biodiversité et pour une meilleure utilisation des ressources et gestions des déchets.

* Sur la base de nos consommations de 2015 et à mètres carrés constants.

●●● Moins d'émissions de carbone

URW poursuit des objectifs ambitieux de réduction des émissions carbone, en tirant parti d'un portefeuille d'actifs de haute qualité.



URW contribue à la neutralité carbone globale avec un objectif de neutralité carbone sur les scopes 1 et 2 dès 2030 et sur les scopes 1, 2 et 3 à partir de 2050. Concrètement, cela signifie que d'ici 2030, le Groupe va réduire ses émissions de CO₂ des scopes 1 et 2 de 90 % et compensera les 10 % d'émissions résiduelles incompressibles en développant des projets de restauration de zones naturelles dégradées.

Pour répondre concrètement à ses objectifs, le Groupe choisit une part significative de matériaux bas-carbone et sélectionne les fournisseurs et les produits en fonction de leurs localisations et lieux de fabrication. En adoptant une approche *lean building* dès la phase de conception, URW utilise moins de matériaux et optimise ainsi les choix de conception. A titre d'exemple, les Ateliers Gaîté, dont 70 % de la structure originale ont été conservés, utilisent un béton bas carbone dont le bilan est divisé par 7 par rapport à celui du béton traditionnel.

- 71 %

de réduction d'émissions carbone (2022 vs. 2015), le Groupe visant -90 % en 2030 vs. 2015 (scope 1 + 2).

- 41 %

de réduction d'émissions carbone (2022 vs. 2015), le Groupe visant -50 % en 2030 vs. 2015 (scope 1 + 2 + 3).

85 %

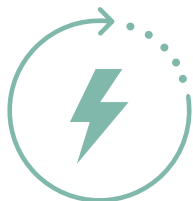
des centres URW sont certifiés BREEAM In-Use « remarquables » ou « excellents » (3 fois mieux que la moyenne du marché immobilier européen).

Westfield Hamburg-Überseequartier, Hamburg, Allemagne



●●● Moins de consommation d'énergie

URW accompagne la transition énergétique et les objectifs de sobriété énergétique européens, notamment en équipant ses infrastructures de panneaux solaires.



URW contribue à la transition énergétique en produisant plus d'énergie renouvelable et en consommant moins d'énergie notamment grâce à la mise en place d'un plan de sobriété additionnel pour faire face à la crise énergétique de 2022 et ainsi réduire de 20% supplémentaire ses consommations. Depuis 2021, 100% de la consommation d'électricité d'URW provient de sources d'énergies renouvelables. Dans le cadre de sa feuille de route *Better Places* actualisée, le Groupe vise une capacité solaire sur site de 50 MWc d'ici 2030 en Europe (2022 : 6,4 MWc), avec 27 MWc de projets en phase d'étude avancée, dans 24 centres commerciaux basés dans 10 pays. Concrètement, cela correspond à environ 55 GWh d'électricité produite chaque année, soit approximativement la consommation annuelle d'électricité de 33 000 citoyens européens.

Plus de production d'énergie

6 MWc

de capacité installée avec une cible de 50 MWc en 2030.

Plus d'énergie renouvelable

100 %

de la consommation d'électricité d'URW provient de sources d'énergies renouvelables.

Moins d'énergie

-14 %

de réduction de l'intensité énergétique (2022 vs. 2015), le Groupe visant désormais -50% en 2030 vs. 2015.

Paunsdorf Center, Leipzig, Allemagne

●●● Moins d'utilisation de ressources

URW s'engage pour la biodiversité et pour une meilleure utilisation des ressources et gestion des déchets.

Attaché à régénérer les centres en développant la biodiversité et en réduisant l'utilisation des ressources, URW s'engage à ce que tous les nouveaux projets de développement réalisent un gain net de biodiversité, et que l'ensemble des actifs existants mettent en œuvre un projet de renaturation d'ici 2030. Enfin, tous les centres commerciaux d'URW présents dans des zones soumises à un stress hydrique mettront en œuvre des solutions de réutilisation d'eau d'ici à 2025, et, pour le reste des centres, d'ici à 2030.

Plus de biodiversité

100%

des actifs appliquent un plan d'action de renaturation.

Meilleure gestion des déchets

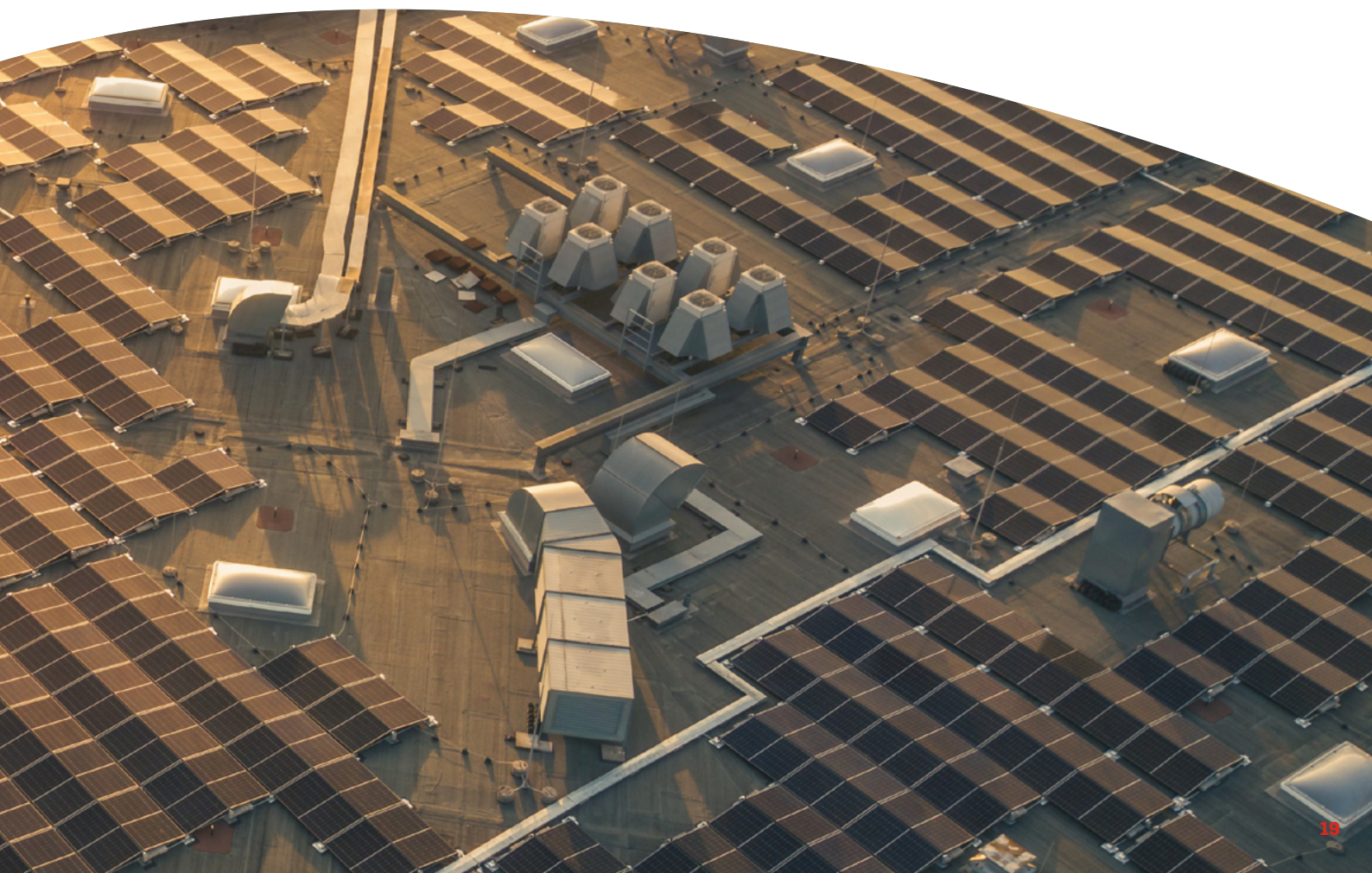
93%

des déchets sont recyclés ou transformés en énergie en Europe.

Moins d'eau

-12%

de consommation d'eau avec un objectif de -20% en 2030.



Notre impact social

Promouvoir l'inclusion sociale

Les centres commerciaux sont des lieux de mixité sociale, où se côtoient et se mêlent des personnes de tous âges et de toutes origines.

URW est fier d'opérer des lieux de mixité qui favorisent la cohésion sociale et générationnelle et soutiennent les projets du tissu associatif local. Les centres URW sont des catalyseurs d'emplois et participent à l'insertion professionnelle et l'ascension sociale avec de multiples métiers possibles pour tout type de profil éducatif et professionnel.

Cohésion sociale, insertion professionnelle, accompagnement des initiatives associatives, autant de vecteurs qu'URW promeut au quotidien pour valoriser

les territoires et leurs habitants et créer les conditions du vivre-ensemble dans des lieux de vie ouverts à tous.

Cet engagement se reflète dans tous les pays du Groupe. Par exemple, en France, le Groupe fête cette année les 15 ans de partenariat avec l'École de la Seconde Chance (E2C) et la Fondation de l'ancienne Première ministre française Édith Cresson qui soutiennent l'insertion sociale, civique et professionnelle durable des jeunes adultes âgés de 16 à 25 ans, titulaires ou non d'un diplôme de premier cycle.

Plus d'emplois locaux et d'inclusion

URW participe au développement de l'emploi local, l'insertion professionnelle et l'ascension sociale.

Plus de lien et de cohésion sociale

URW crée des lieux de vie et de loisirs inclusifs qui favorisent la cohésion et la mixité sociale.

Plus de soutien aux acteurs de l'engagement

URW soutient les habitants et le tissu associatif local dans leurs projets.



Westfield Forum des Halles, Paris

●●● Plus d'emplois locaux et d'inclusion

URW participe au développement de l'emploi local, l'insertion professionnelle et l'ascension sociale.



URW est un maillon de l'insertion et contribue à soutenir l'emploi local non délocalisable. Le Groupe s'engage en faveur de l'insertion professionnelle avec des partenariats nationaux et locaux de renom ou l'organisation de salons de l'emploi comme l'initiative «URW for Jobs» organisée deux fois par an dans tous nos centres pour créer des opportunités professionnelles, en particulier pour les personnes éloignées de l'emploi. Le Groupe s'est engagé à soutenir 15 000 personnes par an à travers un programme de formation, d'inclusion et d'emploi.

Plus d'emplois locaux

133 000

emplois soutenus par URW en 2022*.

Plus d'inclusion et d'ascension sociale

> 50 %

des personnes employées dans les centres commerciaux ne disposent pas d'un diplôme de l'enseignement supérieur.

Encourager l'insertion professionnelle

800

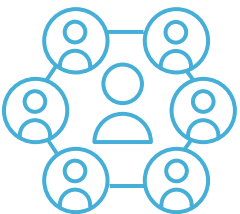
personnes ont trouvé un emploi ou obtenu une certification grâce à «URW for Jobs» en 2022 en Europe.

* Méthodologie définie par PWC Strategy& pour mesurer l'impact total des actifs : direct (activité d'URW), indirect (fournisseurs d'URW et leurs fournisseurs), induit (résultant de la consommation directe et indirecte) et hébergé (lié aux locataires d'URW).



●●● Plus de lien et de cohésion sociale

URW crée des lieux de vie et de loisirs inclusifs qui favorisent la cohésion et la mixité sociale.



Nos destinations répondent véritablement à notre objectif de réinventer le vivre ensemble, en rassemblant des personnes de tous âges et toutes origines sociales, grâce à notre offre diversifiée. Nous développons ainsi une sociabilité collective de proximité, indispensable à la cohésion des territoires dans un lieu parfaitement sécurisé.

Nos centres offrent des espaces privilégiés pour les familles compte-tenu des infrastructures prévues à cet effet (espace de jeu, service de garderie...) et de multiples activités organisées tout au long de l'année.

Enfin, les centres offrent des activités et des expériences propices à la consolidation et à l'enrichissement du lien social. Contrairement aux idées reçues, les visiteurs ne viennent pas que pour des achats de biens ou d'équipements.

Plus de cohésion

77%

des visiteurs viennent avec leur famille ou leurs amis*.

Plus de diversité et de mixité

54%

des visiteurs sont des femmes. Plus généralement, les visiteurs de nos centres sont représentatifs de la diversité de la société européenne tant sur le plan générationnel que celui des catégories sociales.

Plus de lien social

46%

des visites liées à la restauration et 27% des visites liées au loisir / au cinéma.

* 2021 URW Usage and Attitude Study.

●●● Plus de soutien aux acteurs de l'engagement

URW soutient les habitants et le tissu associatif local dans leurs projets.



Le Groupe se positionne comme un partenaire privilégié des associations locales: nos centres mettent à disposition des espaces et des supports publicitaires pour soutenir des projets d'associations et d'habitants engagés sur des causes locales diverses en fonction des besoins du territoire (inclusion, diversité, parité, nature, sport, etc). Les employés d'URW sont particulièrement engagés dans cette mission. Chaque année, les collaborateurs s'engagent au service d'une association caritative locale dans l'un des pays où le Groupe est présent.

Plus de centres engagés

100 %

des centres disposent d'un plan d'action dédié aux communautés locales.

Plus de projets locaux

715

projets d'acteurs locaux soutenus pour une valeur totale de 11 M€.

Plus de collaborateurs engagés

62 %

des collaborateurs du Groupe ont réalisé plus de 8 278 heures de bénévolat au total en 2022.

Soutien aux acteurs de l'engagement

À titre d'exemple, les initiatives de bénévolat suivantes ont été menées en Europe.

- Les collaborateurs autrichiens d'URW se sont portés volontaires pour soutenir Jugend Eine Welt, une organisation d'aide humanitaire qui œuvre pour améliorer l'avenir des enfants et des jeunes en marge de la société.

- En France, les équipes ont poursuivi leur partenariat avec l'Office national des forêts (ONF) afin de contribuer à l'entretien des forêts de la région parisienne par le déboisement et la plantation d'arbres.

- En Allemagne, des salariés se sont associés avec des organisations comme Hanseatic Help eV, qui soutient les réfugiés, les sans-abris et les familles dans le besoin en leur fournissant des vêtements et des produits d'hygiène.

- Les équipes nordiques se sont associées à Rena Mälaren pour nettoyer les eaux de Fisksätra, récupérant 380 kg de batteries et 2 tonnes de déchets.

Notre impact pour le bien commun

Agir pour l'intérêt général

URW assume pleinement son statut d'acteur privé et il ne s'agit pas ici de s'arroger un impact en utilisant un terme souvent galvaudé. Un bien commun n'est pas un bien public ; c'est un bien collectif, ouvert à tous. Nos centres y contribuent positivement, compte-tenu de leur impact sur la ville et ses habitants, au-delà de l'impact économique, environnemental et social.

En droit romain, les biens publics (*res publicae*) appartiennent à l'État, alors que le bien commun (*res communis*) se réfère aux biens, ressources et avantages partagés par une communauté. Ce sont des éléments considérés comme collectifs, ouverts à tous. Il englobe des ressources naturelles (air, eau, etc...) mais aussi des biens collectifs qui nécessitent une gestion responsable pour assurer le bien-être de la société dans son ensemble, en accordant une attention particulière à la durabilité pour les générations futures.

URW dispose d'une vision de long terme pour accompagner la régénération des villes. URW ne développe pas seulement des centres commerciaux, il régénère des quartiers et, à ce titre, contribue activement à la construction des villes durables de demain

(voir les études de cas des Ateliers Gaïté et Westfield Hamburg-Überseequartier, et d'autres développements clés comme Westfield Stratford City et Westfield Mall of Netherlands). Le Groupe s'associe à un large éventail d'acteurs internationaux, nationaux et locaux : éminents architectes, écoles d'architecture, paysagistes, environnementalistes ou encore des concepteurs d'éclairage (exemple : Franck Boutté, prix d'urbanisme 2022).

URW opère des « forums des temps modernes », qui donnent accès librement à des services essentiels. Grâce à un nombre important de visiteurs physiques et de visibilité en ligne, le Groupe est un acteur qui facilite, à son échelle, l'accès aux politiques et services publics d'intérêt général.

Un architecte de l'intensité urbaine

URW a une vision de long terme et le savoir-faire pour développer des quartiers durables et connectés avec un usage intensifié nécessaire pour lutter contre l'artificialisation des sols.

Un forum des temps modernes

URW conçoit et opère des lieux de vie au cœur des grandes métropoles européennes, donnant accès aux biens et services essentiels du quotidien, comme de véritables « forums des temps modernes ».

Un appui aux politiques publiques

URW offre une plateforme unique pour appuyer, à notre échelle, certaines politiques publiques d'intérêt général.

●●● Un architecte de l'intensité urbaine

URW a une vision de long terme et le savoir-faire pour développer des quartiers durables et connectés avec un usage intensifié nécessaire pour lutter contre l'artificialisation des sols.



Le Groupe investit de manière constante et volontariste dans ses actifs pour répondre aux attentes des visiteurs, notamment en matière de décarbonation, de mobilité et de connectivité. Le Groupe participe ainsi à la vitalité des centres urbains et permet une intensité urbaine raisonnée. Attaché à conserver un portefeuille d'actifs de grande qualité, le Groupe a toujours travaillé étroitement avec les plus grands architectes, à l'instar de Jean Nouvel, (Prix Pritzker en 2008), Herzog & de Meuron ou encore Snohetta. Les centres ont permis d'accélérer le développement de quartiers dans la durée comme à Londres autour de Westfield Stratford ou encore en France autour de Westfield Parly 2 qui fut l'un des premiers centres commerciaux en France.

En tant que leader de l'immobilier commercial, URW s'implique aux côtés des principaux acteurs de l'immobilier pour contribuer aux réflexions sur la ville durable de demain. En tant que membre fondateur de la Fondation Palladio, le Groupe a ainsi participé aux derniers cycles de réflexion sur le thème « Santé et bien-être dans la ville de demain » sous le parrainage de l'ancien Premier ministre français Édouard Philippe, sur « la civilisation urbaine: les défis de l'espace public », ou encore sur le thème de la (ré)conciliation de la ville et la nature parrainé par Philippe Close, bourgmestre de la ville de Bruxelles.

Régénération des villes

URW est un partenaire de long terme qui investit régulièrement pour optimiser, densifier ses actifs et intensifier les usages afin d'éviter d'artificialiser les sols. Les actifs du portefeuille sont détenus en moyenne depuis

19 ans.

Villes connectées

50 %

de nos visiteurs accèdent à nos centres par des transports durables.

Mobilité décarbonnée

1 300

bornes de recharge électrique avec une cible de 4 000 en 2030.

Westfield Vélizy 2, Vélizy-Villacoublay, France



●●● Un forum des temps modernes

URW conçoit et opère des lieux de vie au cœur des grandes métropoles européennes, donnant accès aux biens et services essentiels du quotidien, comme de véritables « forums des temps modernes ».

Les actifs d'URW sont au cœur des plus grandes métropoles européennes, et offrent les biens et services essentiels du quotidien pour les citoyens, comme les forums d'antan. La fréquentation des centres témoigne au combien ces lieux sont appréciés des visiteurs. Le Groupe investit particulièrement pour la santé et la sécurité de ses visiteurs (aération, sécurité privée avec des vigiles, etc).

Au cœur des villes

56%

URW est présent dans 14 des 25 villes européennes de plus d'un million d'habitants.

Lieux populaires

80%

des habitants fréquentent les centres d'URW dans les métropoles où le Groupe est présent.

Services essentiels du quotidien

Nos centres disposent en moyenne de

4

services essentiels du quotidien (banques, services de santé, services publics, bureaux de poste, supermarchés, laverie, WiFi, etc).

Westfield La Part-Dieu, Lyon



●●● Un appui aux politiques publiques

URW offre une plateforme unique pour appuyer, à notre échelle, certaines politiques publiques d'intérêt général. Ainsi, le Groupe agit comme une plateforme médiatique auprès d'une population large et diversifiée.

Avec 700 millions de visites annuelles, soit plus que la totalité des visites de musées (530 millions) ou de cinéma (643 millions) en Europe, et 38 millions d'audience digitale, les centres du Groupe permettent d'appuyer, à notre échelle, des politiques publiques d'intérêt général. En effet, URW offre une plateforme médiatique unique qui donne accès à 7 900 commerçants et 62 millions de visiteurs uniques, soit l'équivalent de 80 % des habitants des villes et 17 % de la population européenne des pays où URW opère.

ÉTUDE DE CAS

Accès aux politiques publiques

Santé

1,5 M

de personnes ont été vaccinées au sein de nos actifs. Le Groupe a soutenu la campagne de vaccination publique pendant le Covid, en offrant des espaces pour installer des centres de vaccination.

Culture

2 500

personnes ont visité l'exposition « Champollion, la voix des hiéroglyphes » à Westfield Euralille, pour célébrer les 30 ans du Louvre-Lens. 45 % n'avaient jamais visité ce musée. URW propose un accès gratuit à une riche programmation culturelle grâce à de nombreux partenariats culturels.

Démocratie et citoyenneté

1,5 M

de personnes ont participé à la campagne EurHope. En tant qu'entreprise citoyenne, URW a accompagné Make.org et JEF Europe pour relayer la campagne « EurHope » structurée avec le soutien du Parlement européen. Cette initiative apolitique vise à impliquer les citoyens européens avant les élections au Parlement européen de 2024.



Étude de cas

URW développe des projets à usages mixtes dans les centres-villes pour répondre aux besoins des acteurs locaux et pour limiter l'étalement urbain.

Les Ateliers Gaîté

Informations

Localisation
Paris, France

Statut d'ouverture
ouvert depuis octobre 2022

Architecte
MVRDV / Winy Maas

Mix d'activités

Bureaux
12 000 m²

Hôtel rénové
957 chambres

Une crèche
avec 39 berceaux

Commerces et restaurants
28 800 m² avec le plus grand espace de restauration d'Europe

Librairie municipale
renovée 700 m²



Économique

500 M €

investis.

Environnemental

-40%

de la consommation de chauffage malgré +30% de surface.

Social

900

emplois soutenus.

Bien commun

62

nouveaux logements sociaux.

Westfield Hamburg-Überseequartier

Informations

Localisation

Hambourg, Allemagne

Statut d'ouverture

Printemps 2024

Architecte

14 architectes originaires d'Hambourg, d'Allemagne et d'Europe

Mix d'activités

Bureaux

48 000 m²

3 hôtels

820 chambres

10 écrans

de cinéma

Commerces

et restaurants

95 400 m²

350 bornes de recharge

pour voitures électriques

580 nouveaux

logements



Économique

1,6 Md €

investis.

Environnemental

0

utilisation de plastique à usage unique sur site.

Social

21 000

emplois soutenus en 2022.

Bien commun

3 500

places de parking pour vélos et un accès direct au métro.

Gestion de projet

Département Affaires Publiques,
URW, 7 place du Chancelier Adenauer,
75016 Paris, France,
public.affairs@urw.com

Cette étude a fait l'objet d'une revue externe menée par PWC Strategy &.

Graphisme

Benoît Musereau & Soon.

Crédits photos

Couverture : Alain Potignon. P04 : François Roelants. P13 : Joni Israeli.
P14-15, 18-19, 21, 22-23, 25, 28 : Unibail-Rodamco-Westfield.
P17, 29 : Moka Studio. P26-27 : Jérémie Morel.

Creating sustainable places that Reinvent Being Together

Unibail-Rodamco-Westfield conçoit et opère de façon durable des destinations uniques mêlant shopping, bureaux et lifestyle, contribuant à créer du lien entre les personnes et les territoires, grâce au partage d'expériences inédites et porteuses de sens.

Le Groupe a défini une stratégie de Responsabilité Sociale d'Entreprise ambitieuse, *Better Places*, répondant aux grands défis du secteur de l'immobilier commercial.

Le plan vise notamment la neutralité carbone en 2030 pour ses activités directes et en 2050 sur l'ensemble de sa chaîne de valeur.

urw.com/fr-fr/rse/better-places