

ACCORD EN VUE DE
L'ACQUISITION D'URBAN GROUP (URBANSOCCER & URBANPADEL),
LEADER DES CENTRES DE FOOT À 5 ET CO-LEADER DU PADEL EN FRANCE

DIVISION PARCS DE LOISIRS

PRÉSENTATION ANALYSTES ET INVESTISSEURS

14 MARS 2024



Compagnie des Alpes

Ce document contient des éléments à caractère prospectif concernant les perspectives et les stratégies de croissance de la Compagnie des Alpes et de ses filiales (le "Groupe"). Ces éléments comportent des indications relatives aux intentions du Groupe, ses stratégies, ses perspectives de croissance et des tendances concernant ses résultats opérationnels, sa situation financière et sa position de trésorerie. Bien que ces indications soient fondées sur des données, hypothèses et estimations que le Groupe considère comme raisonnables, ils sont soumis à de nombreux facteurs de risque et incertitudes si bien que les résultats effectifs peuvent différer de ceux anticipés ou induits par ces indications du fait d'une multitude de facteurs, notamment ceux décrits dans les documents enregistrés auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) disponibles sur le site Internet de la Compagnie des Alpes (www.compagniedesalpes.com). Les informations à caractère prospectif contenues dans ce communiqué reflètent les indications données par le Groupe à la date du présent document. Sauf obligation légale, le Groupe décline expressément tout engagement à mettre à jour ces éléments à caractère prévisionnel à la lumière d'informations nouvelles ou de développements futurs.



SOMMAIRE

- 1. SYNTHÈSE**
 - 2. PRÉSENTATION D'URBAN GROUP**
 - 3. PERSPECTIVES D'INTÉGRATION**
 - 4. CONCLUSION**
- ANNEXES**





1. SYNTHÈSE

URBAN GROUP, LE LEADER DU FOOT À 5 & CO-LEADER DU PADEL, EN FRANCE

- ✓ Issu de la fusion en 2014 d'UrbanFootball et Soccer5, Urban group exploite des centres de **football à 5 et de padel en France**, avec l'objectif de rendre accessible à tous la pratique du sport
- ✓ Centres exploités en propre, immobilier financé par des tiers
- ✓ Le Groupe possède **plusieurs partenaires de premier plan** : Nike, PSG Academy, Betsson, Powerade, etc.
- ✓ L'**équipe de management** est expérimentée, composée de directeurs généraux, fondateurs historiques, impliqués dans le développement du réseau



Leadership



N°1
en France



~25%
Part de marché⁽¹⁾

Exploitation



33
Centres en
France

+

1
Centre au
Portugal



268⁽²⁾
Terrains de foot
à 5

+

49⁽²⁾
Courts de padel



250
ETPs



3,75 M
Joueurs / an⁽³⁾

Chiffres clés – juin 23/24 (e)



48 M€
Chiffre d'affaires



c.21,5 M€
EBITDA
(post IFRS 16)



5 M€
Capex

**Une extension de l'offre de loisirs de la CDA
à vocation sportive et urbaine**

Termes de l'opération

- ✓ Exclusivité signée en vue d'acquérir **86,5% du capital**
- ✓ Solde détenu par les managers fondateurs, mécanisme classique de **put & call** à horizon 4 / 5 ans minimum

Valorisation et impact financier

- ✓ Prix d'acquisition : 129,7 M€ pour 86,5% du capital
- ✓ Valeur d'entreprise : 157 M€
- ✓ Impact relatif sur la marge d'EBITDA ainsi que sur le FCF opérationnel
- ✓ Acquisition financée par les lignes de financement disponibles

Calendrier

- ✓ Signature de l'exclusivité : 13/03/2024
- ✓ Signature du SPA attendue : fin avril 24
- ✓ Closing de l'opération attendu d'ici mai 24

L'ACQUISITION D'URBAN GROUP PRÉSENTE DE NOMBREUX ATOUTS



1 Un marché en croissance

2 Une position de leader

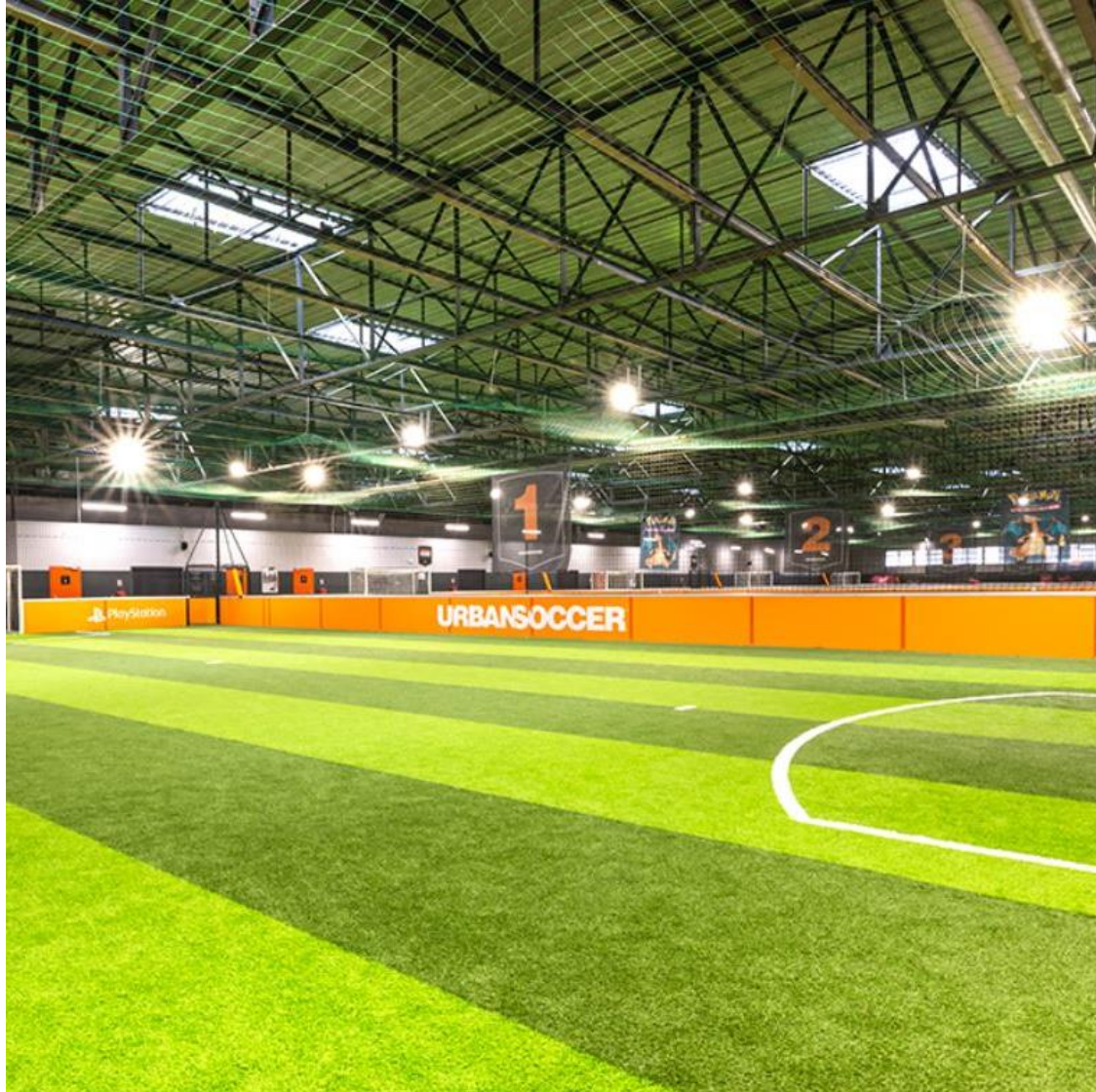
3 Une équipe de management
expérimentée

4 Une offre premium et différenciante

5 Une activité cohérente avec la raison d'être et
les métiers de la Compagnie des Alpes

6 Un modèle économique et financier
attractif

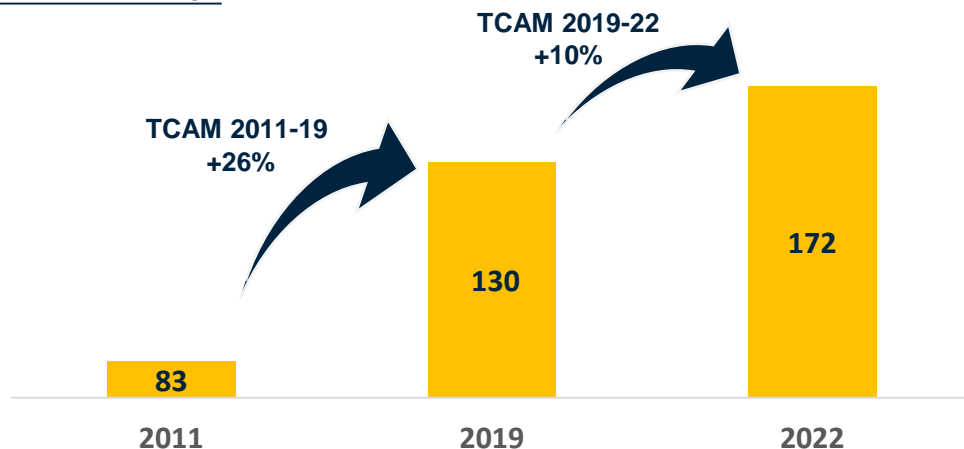
7 Des perspectives de développement
soutenues



2. PRÉSENTATION D'URBAN GROUP

Marché français du football à 5

Chiffre d'affaires en M€⁽¹⁾



- **Marché qui a connu un rebond post covid avec une forte demande d'offre sportive urbaine**
- **Et qui présente encore un fort potentiel de développement**

- Moins développé qu'au Royaume-Uni, le marché le plus mature en Europe dont le rythme de croissance reste soutenu malgré un taux de pénétration déjà élevé

terrains / million d'habitants



37



34



19

➤ **Potentiel de croissance**

- Marché sous-équipé
- 11% des non pratiquants indiquent qu'ils seraient susceptibles de jouer au football à 5 avec un centre à proximité
- Un réservoir de nouveaux pratiquants chez les 18-44 ans et les femmes



➤ **Des tendances favorables**

- Demande particulièrement forte dans certaines régions : exemple de l'Ile-de-France
- Tendance post covid favorable au sport de proximité
- Plan « Stratégie Nationale Sport Santé » visant à inciter la pratique sportive régulière



➤ **Une activité fédératrice ancrée dans les territoires urbains et périurbains en France**

- Football : premier sport français⁽²⁾, qui transcende les catégories socio-économiques
- Un loisir vecteur de développement économique et social et de redynamisation de zones périurbaines
- Besoin affiché de développement local d'infrastructures sportives dans un contexte d'essoufflement du modèle associatif dans les zones moins denses / rurales



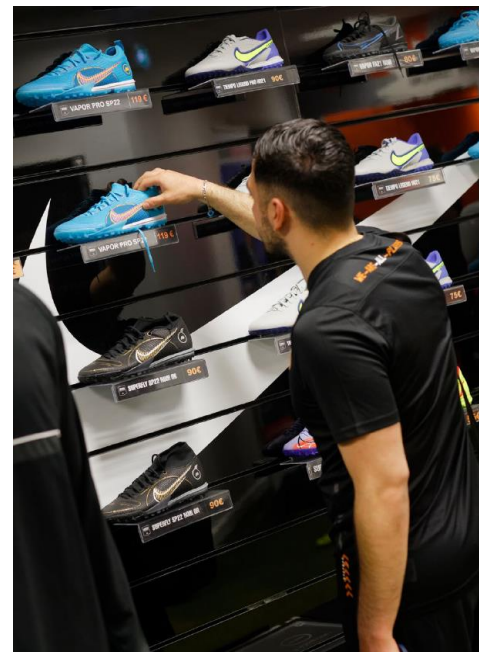
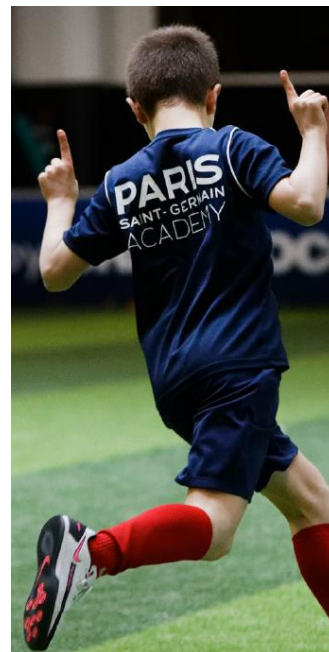
La marque la plus puissante du marché français

✔ Part de marché de 25% en nombre de terrains (1)

- N°1 en nombre de terrains, de joueurs, et de chiffre d'affaires
- Le meilleur Net Promotor Score⁽¹⁾ du marché à 25% et la plus forte notoriété
- Reste du marché fragmenté avec des acteurs indépendants, aux actifs moins premium et avec des capacités d'investissement plus limitées

✔ Une offre large et diversifiée avec des produits présentant un fort potentiel de développement

- PSG Academy, FC Nantes, Kids, retail, F&B....
- Organisation de leagues, Championnats
- Partenariats : Nike, EDF, Clubs de L1, ...
- Offre corporate
- Écoles UrbanSoccer





DES LOCALISATIONS STRATÉGIQUES EN FRANCE

Urban Group est implanté à proximité des grandes agglomérations

✔ Critères d'implantation

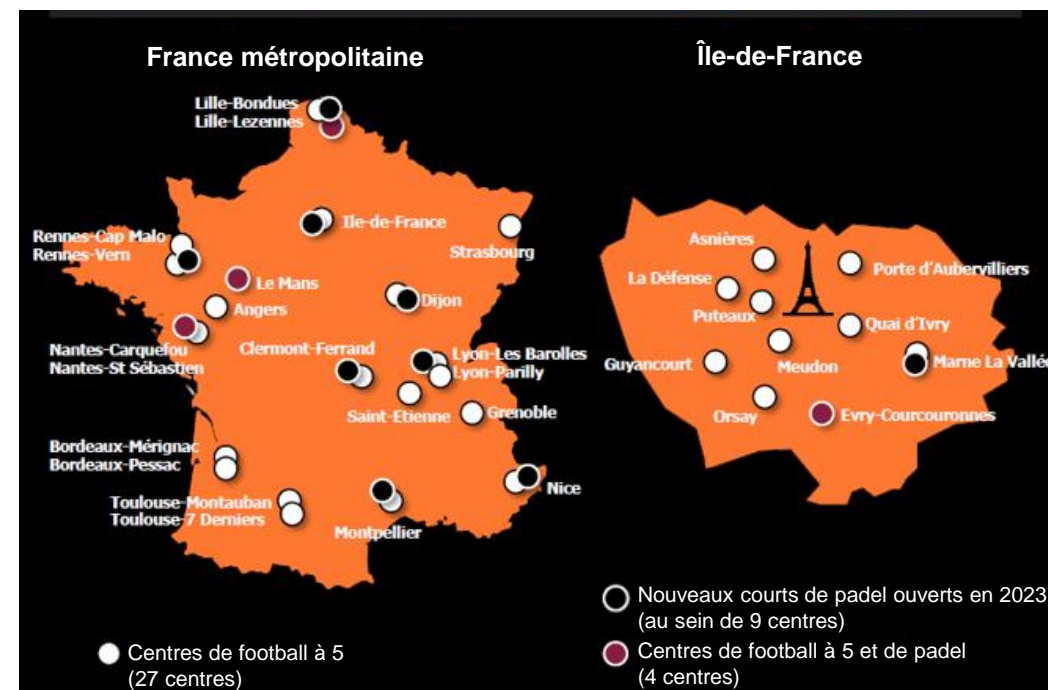
- Périphérie des grandes villes et zones urbaines denses
- Centres mono-produit autour de grandes villes
- Complexes mixtes autour des villes moyennes
- Une clientèle cible de particuliers et d'entreprises.

✔ Développement du réseau d'Urban Group en France

	2010	2015	2024
	10 centres	28 centres	34 centres
	60 terrains	240 terrains	268 terrains

URBANSOCCER

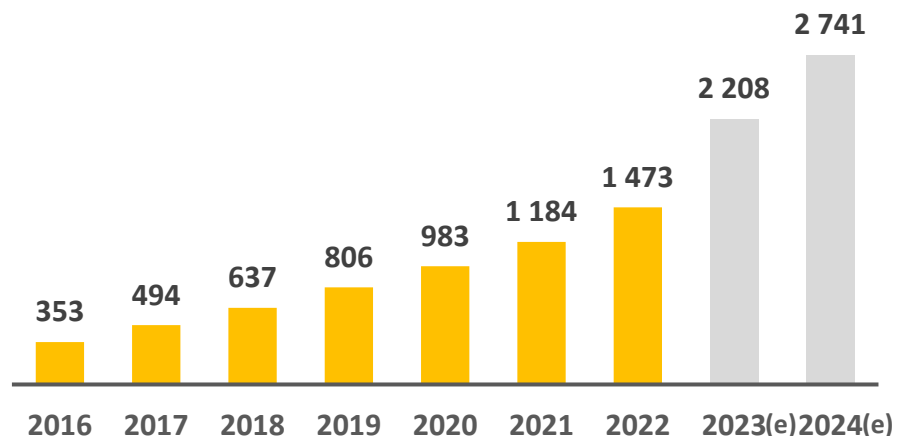
URBAN
PADEL



Au 30/06/2023

Essor attendu du marché français du padel

Marché français en # courts⁽¹⁾



Un marché en forte croissance depuis le covid

- Estimé aujourd'hui à 108 M€

Un paysage concurrentiel très fragmenté incitant un développement rapide

- Urban Group s'appuie sur la force de sa marque et de ses équipements sophistiqués pour accélérer son développement dans le padel

Potentiel de croissance du marché

- Encore très peu développé en France



courts / million d'habitants



- 18% des non pratiquants indiquent qu'ils seraient susceptibles de jouer au padel avec un centre à proximité

Accélération du développement de l'offre padel d'Urban Group depuis 2022



	2010	2015	2023
	-	1 ^{er} centre équipé	6 centres équipés
	-	4 courts	47 courts

Des critères de qualité qui font le succès des centres d'Urban Group



Des centres modernes bien équipés pour enrichir l'expérience client (Replay, Statistiques joueurs, etc.), notamment dans les dernières ouvertures (Le Mans, Nantes / Carquefou)



Une position stratégique près des zones urbaines des principales villes, avec accès pratique aux visiteurs



Des centres plus grands et de meilleure qualité que ceux de ses concurrents permettant de faciliter la réservation de terrains pour les clients et de rentabiliser des équipements de qualité



Une offre élargie avec Club House dédié, point F&B, boutiques spécialisées et évènements organisés toute l'année



Des infrastructures pratiques avec vestiaires, douches et casiers, parking gratuit



TERRAIN FOOTBALL INDOOR
(LE MANS)

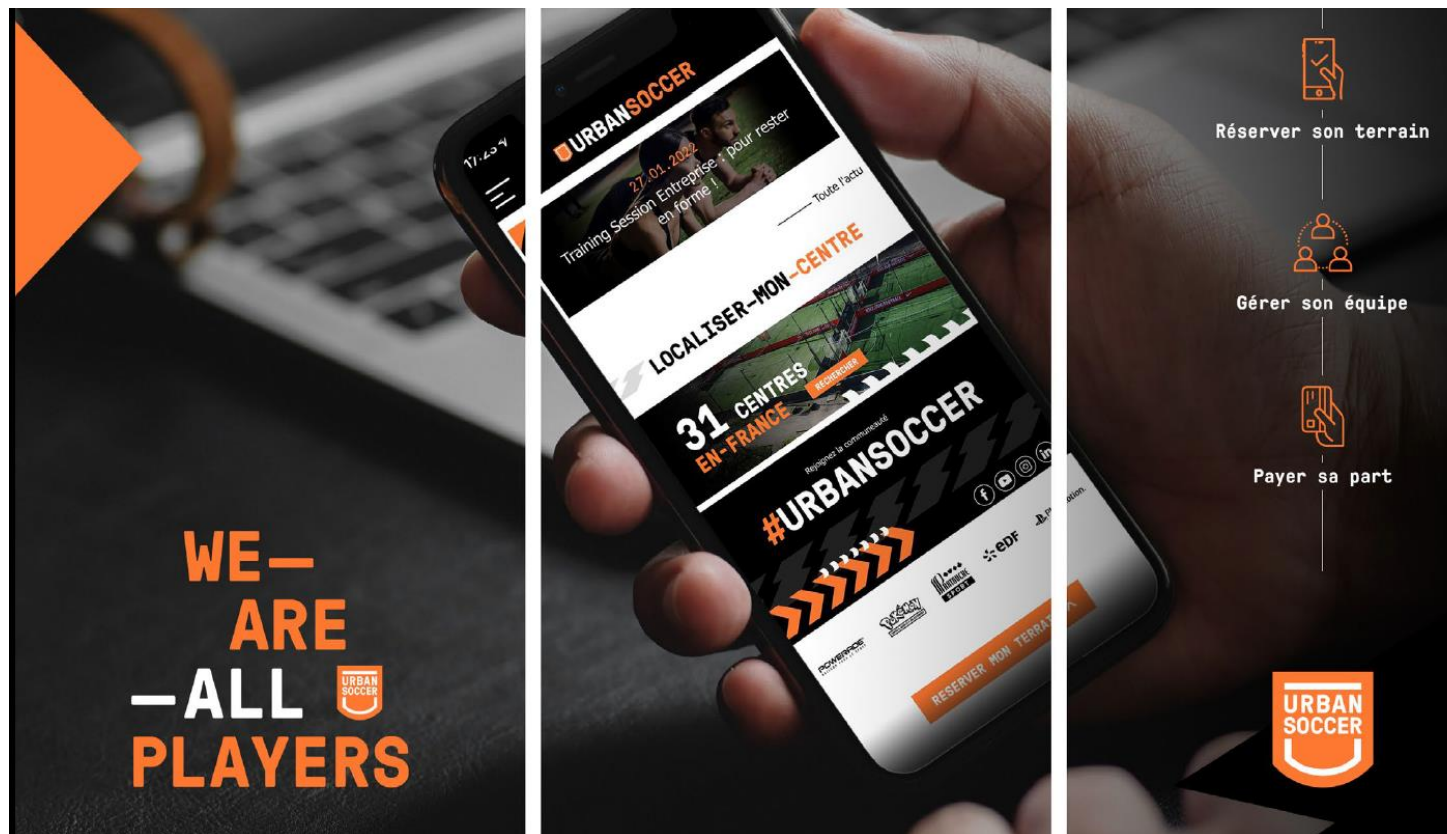


COURT PADEL INDOOR
(LE MANS)



CLUB HOUSE URBAN (LE MANS)

Des outils digitaux de qualité pour une gestion optimisée et une expérience client de premier plan



Une communauté engagée

- Site internet : 110K sessions / mois
- Application UrbanSoccer : 25K utilisateurs
- Plateforme MyUrban : 3,35K visiteurs / jour
- Emailing : 250K contacts opt-in
- Réseaux sociaux : 60K abonnés

Plateforme personnalisée MyUrban

- Réservation 100% en ligne de tous les produits.
- Convocation des joueurs / gestion effectifs / statistiques.
- Revoir son match / partage des buts filmés.
- Service SuperSub : mise en relation entre joueurs pour compléter les matchs.

L' ÎLE DE PUTEAUX, UN PROJET EMBLÉMATIQUE EN DSP

Appel d'offres remporté par Urban Group en octobre 2023

Centre sportif parisien de l'Île de Puteaux

- À quelques minutes du quartier de la Défense et du Bois de Boulogne
- DSP relative à l'exploitation, l'entretien et la valorisation du centre

Un projet multi-activités (football à 5 et padel mais également tennis, football à 11, golf) visant à :

- Rénover, gérer et entretenir les infrastructures existantes
- Créer de nouvelles infrastructures de football à 5 et de padel
- Élargir l'offre proposée par le Pavillon de l'île : espaces de restauration, boutiques,...



11 Hectares
dédiés aux sports urbains
à quelques minutes du
centre de Paris



13 Terrains de football
(10 terrains de football à 5 et
3 terrains de football à 11)



70 000 Visiteurs / an

14 Courts de padel

16 Courts de tennis

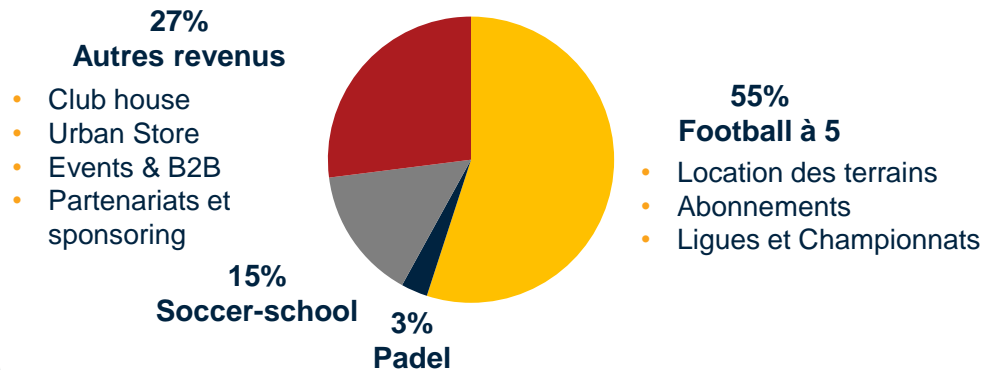


Les attraits du business model

- Clientèle fidèle : 60% du volume réalisé par des clients jouant une fois par semaine toute l'année
- Actifs peu capex-intensifs : faible besoin de renouvellement des infrastructures
- Terrains / courts de relativement faible dimension
- Frais de location des terrains partagés entre 10 joueurs pour le football à 5 et entre 4 joueurs pour le padel
- Fortement générateur de FCF positifs
- Immobilier financé par des tiers

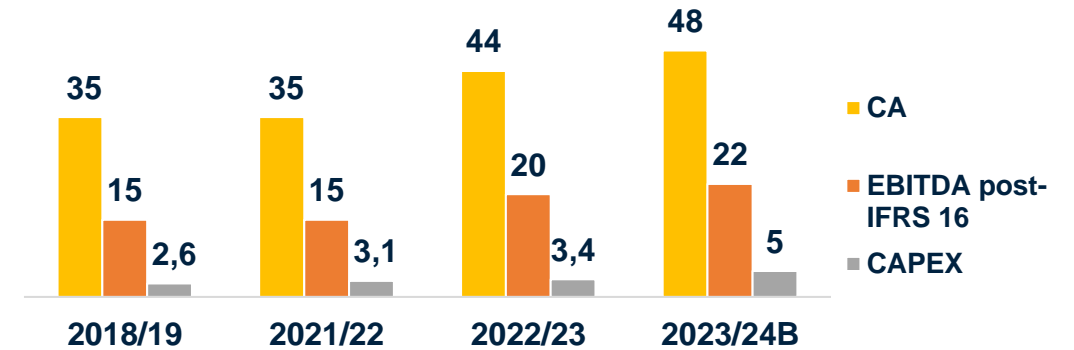
Des sources de revenus diversifiées

Répartition du chiffre d'affaires 2022/23



Une trajectoire de croissance profitable

En M€



En % du CA





3. INTÉGRATION

Une opération de croissance externe en parfaite cohérence avec la stratégie de la Compagnie des Alpes



Des critères en ligne avec ceux définis lors de l'augmentation de capital de 2021

- Acquisition majoritaire
- Acteur de taille significative, leader de son marché en France
- Bénéficiant d'une marque forte et reconnue
- Société en croissance dans un marché à fort potentiel
- Profitable, génératrice de cash-flow, avec faible intensité capitalistique



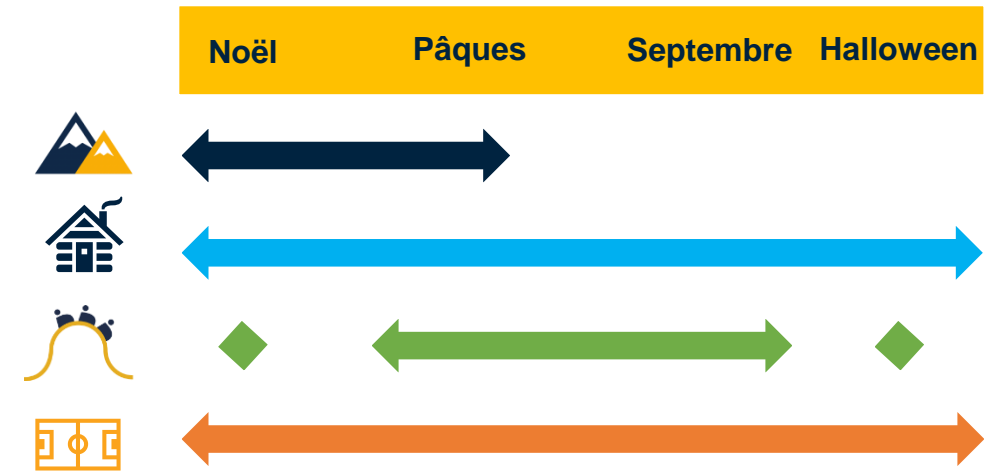
Une activité sportive qui s'inscrit dans la raison d'être

- Créatrice de moments de loisirs générateurs de cohésion
- Destinée à rendre la pratique du sport accessible à tous
- Visant la satisfaction et la fidélisation du client avec un produit de qualité
- Fort ancrage territorial
- Fédératrice et vectrice de développement économique et social



Très forte complémentarité avec les activités de la CDA

- Territoires urbains et périurbains
- Activité essentiellement indoor, non exposée aux risques météo
- Sport récurrent et de proximité
- Fréquentation régulière : 60% du volume est réalisé par des clients jouant une fois par semaine durant l'année
- Activité inscrite dans le quotidien, plutôt hors vacances scolaires
- Très faible saisonnalité, linéarisation des cash-flows :



Urban Group a vocation à être intégrée rapidement au sein de la division Parcs de Loisirs



✓ Des savoir-faire complémentaires

- Intégration d'Urban Group au sein de la division Parcs de loisirs
- Potentiel de cross-selling avec autres activités Loisirs, notamment auprès des CSE / développement en B2B
- Synergies en matière de gestion des activités de retail et de F&B
- Possibilité de mettre en place des offres couplées avec les autres activités de la CDA
- La CDA, partenaire opérationnel et financier pour accélérer le développement géographique et le nombre de centres

✓ Capacité d'intégrer rapidement Urban Group à la politique RSE du Groupe

- Mutualisation de la feuille de route Net Zéro Carbone (scope 1 et 2) et embarquement des sujets du scope 3
- Perspective de mise en place de chantier d'écoconception pour les nouveaux développements
- Intégration des enjeux de biodiversité dès la conception des projets
- Possibilité d'améliorer la gestion de la ressource en eau
- Des sujets énergétiques faciles à appréhender :
 - ✓ pas de chauffage ni de climatisation des espaces sportifs ;
 - ✓ chauffage au fuel uniquement dans 10% des sites, substituable par du HVO

La Compagnie des Alpes est le partenaire idéal pour accélérer la croissance d'Urban Group

WE—ARE—ALL—PLAYERS



4. CONCLUSION



UNE OPÉRATION NATURELLE ET STRATÉGIQUE

Une extension de l'offre de loisirs de la Compagnie des Alpes à vocation sportive, urbaine et régulière tout au long de l'année.

✓ Pour la Compagnie des Alpes

- Renforcer sa position dans le secteur des loisirs en France avec un leader sur son marché
- Etendre son activité avec un offre de loisirs sportifs en territoires urbains / périurbains
- Bénéficier de la parfaite complémentarité avec ses métiers actuels : loisir de proximité, peu de saisonnalité, fréquentation récurrente
- Se doter d'un nouveau levier de croissance sur un marché en fort développement

✓ Pour Urban Group

- Accélérer la croissance de son réseau de centres, et le développement de son activité padel en France
- S'appuyer sur la dynamique RSE de la Compagnie des Alpes pour renforcer sa feuille de route
- Renforcer sa stratégie de distribution auprès des corporate et des CSE
- Faciliter le développement dans d'autres pays européens en s'appuyant sur la présence de la Compagnie des Alpes

Une parfaite complémentarité dans un marché en croissance offrant de fortes opportunités de développement

**WE—
ARE
—ALL PLAYERS**



Compagnie des Alpes

#PureXperiences #Compagnonduterritoire #WeAreCDA