



RÉSULTATS ANNUELS 2014

11 MARS 2015

AVERTISSEMENT

La présente présentation a été préparée uniquement à titre informatif, comme complément des informations rendues publiques par ailleurs par GL events, auxquelles les lecteurs sont invités à se référer.

Elle ne constitue pas, et ne doit pas être interprétée comme une sollicitation ou une offre d'achat ou de vente de titres ou d'instruments financiers.

En outre elle ne tient aucunement compte de la situation financière, des objectifs et des besoins de tel ou tel investisseur, qui sont des éléments essentiels de toute décision d'investissement, et elle ne constitue donc en aucun cas un conseil ou une recommandation en matière d'investissements.

La présente présentation ne doit pas être considérée par les investisseurs comme un substitut à l'exercice de leur propre jugement.

La présente présentation peut contenir des informations à caractère prévisionnel qui ne constituent pas des estimations ou des prévisions de bénéfice.

Ces informations, qui expriment des anticipations et des objectifs établis sur la base des appréciations et estimations actuelles de GL events restent subordonnées à de nombreux facteurs et incertitudes qui pourraient conduire à ce que les chiffres qui seront constatés diffèrent significativement de ceux présentés à titre prévisionnel. Aucune garantie ne peut donc être donnée quant à la réalisation des données prospectives figurant dans le présent document.

Les risques et incertitudes qui pourraient affecter la réalisation de ces données prospectives comprennent notamment les éléments décrits dans les documents déposés par GL events auprès de l'Autorité des marchés financiers et disponibles dans la rubrique « Rapports et publications » du site internet de la société www.gl-events.com, en particulier les facteurs de risque décrits au Chapitre « Facteurs de risque » du Document de référence 2013 déposé auprès de l'AMF sous le numéro 14-0285 le 4 avril 2014.

GL events ne s'engage en aucun cas à publier des modifications ou des actualisations des données prospectives qui pourraient figurer dans le présent document, et ce alors même que des modifications devraient être apportées à certaines des hypothèses sur lesquelles se fondent ces données prospectives.

Les informations contenues dans la présentation, dans la mesure où elles sont relatives à d'autres parties que GL events, ou sont issues de sources externes, n'ont pas fait l'objet de vérifications indépendantes. Aucune déclaration ni aucun engagement n'est donné à leur égard, et aucune certitude ne doit être accordée sur l'exactitude, la sincérité, la précision et l'exhaustivité des informations ou opinions contenues dans cette présentation.

La responsabilité de GL events ou de ses dirigeants ne saurait être engagée pour tout préjudice résultant de l'utilisation qui pourrait être faite de cette présentation ou de son contenu.

2014: CHIFFRES CLES

CHIFFRE D'AFFAIRES: +16,1%

- Dont France +7%
- Dont international: +25%

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL: 66,9M€ +34,7%

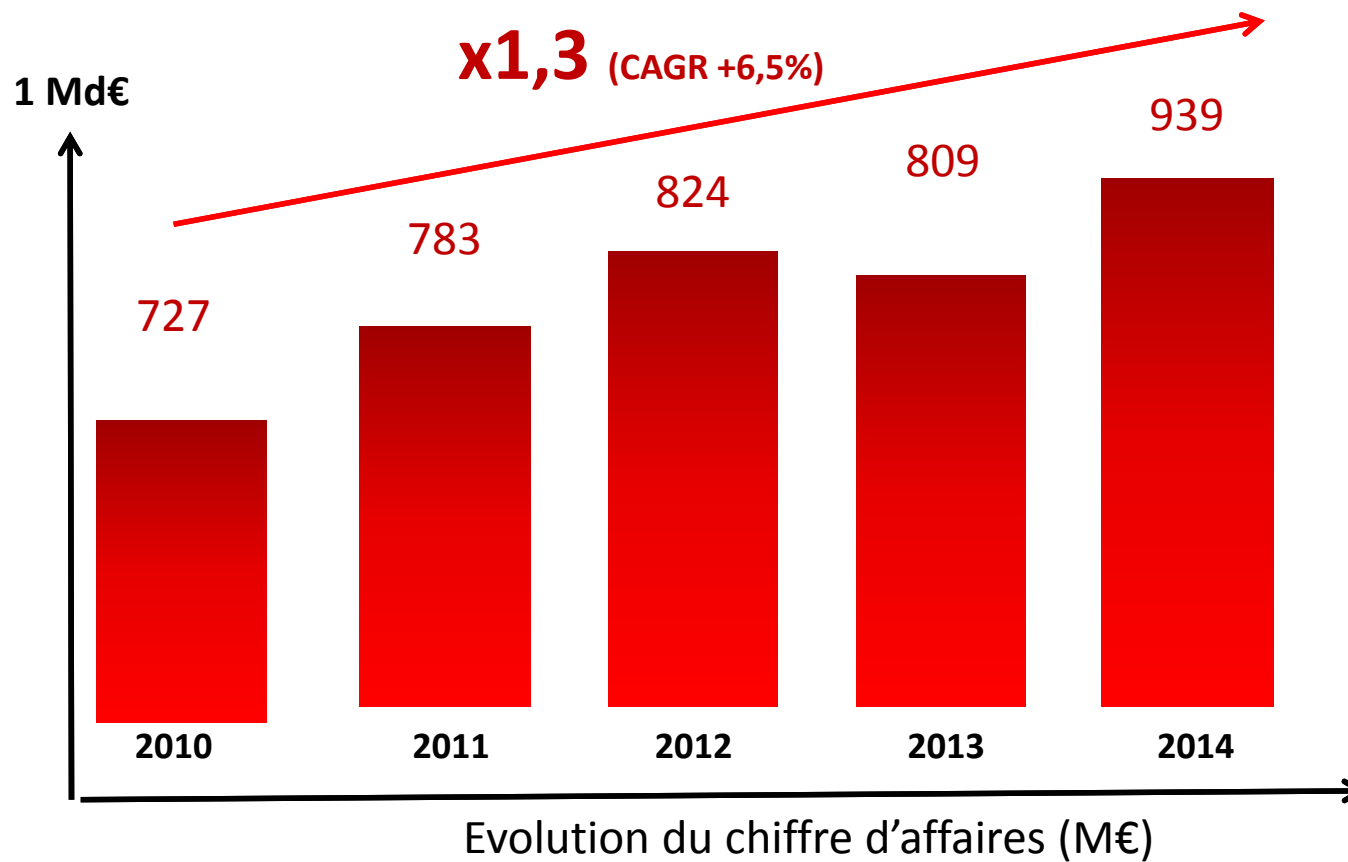
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE: 30,8M€ +43,3%



RÉSULTATS 2014



2014: NOTRE STRATÉGIE DE DEVELOPPEMENT CONFORTÉE

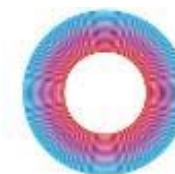


2014: UNE TRÈS BELLE ANNÉE COMMERCIALE ILLUSTRANT LA SOLIDITÉ DE NOTRE PORTEFEUILLE D'ACTIVITÉS

- Un nouveau record de chiffre d'affaires: 939 M€
 - Hausse de 16,1% du CA 2014 vs. 2013
 - Dynamique de développement des 5 dernières années (+ 30%)
- Une croissance organique portée par nos "locomotives événementielles", des événements récurrents et la grande notoriété de nos marques propriétaires
- Une compétitivité renforcée par les fortes synergies «inter-pôles» pour une offre événementielle globale unique sur le marché



PREMIÈREVISION



LIMA COP20 CMP10



CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES: +16,1% VS.2013

- Des effets de conversion/change impactant à hauteur de 19,5M€ sur l'ensemble de l'exercice

CA(M€)	2014 à cc*	2014 Publié	2013 publié
CA T1	226,2	219,3	214,7
CA T2	262,1	245,4	217,6
CA T3	193,2	197,9	160,1
CA T4	277,4	276,8	216,7
TOTAL 12 mois	958,9	939,4	809,1

Variation N/N-1	Variation N/N-1 à cc*
+2,1%	+5,4%
+12,8%	+20,4%
+23,6%	+20,7%
+27,7%	+28%
+16,1%	+18,5%

* Cc = à change constant (en appliquant les taux de change 2013)

CROISSANCE SUR TOUTES LES ZONES

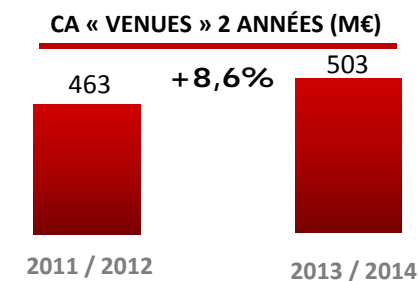
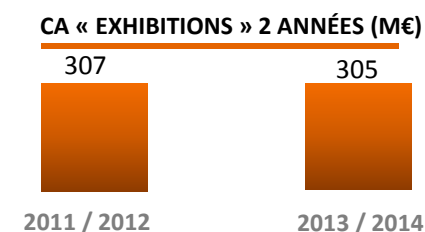
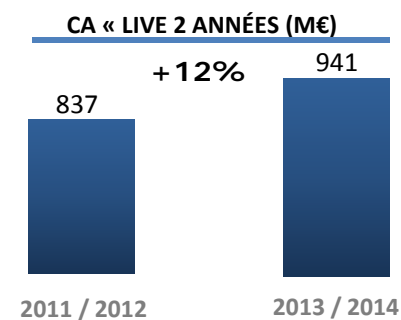
	2014	%	2013	%	Var.
France	421	45%	395	49%	+7%
Europe hors France	232	25%	215	27%	+8%
Amériques	196	21%	111	14%	+77%
Turquie	40	4%	34	4%	+16%
Moyen orient	9	1%	7	1%	+27%
Asie - Océanie	21	2%	21	3%	+1%
Afrique	19	2%	25	3%	-21%
Total	939	100%	809	100%	+16%

UNE FORTE DYNAMIQUE DE CROISSANCE POUR « LIVE » ET « VENUES »

- Une croissance 2014 portée par les pôles « Live » et « Venues » (Barcelone, Paris, La Haye, Bruxelles, Paris)
- « Exhibitions »: biennialité du SIRHA

CA(M€)	2014 à cc*	2014 Publié	2013 publié	Variation N/N-1	Variation N/N-1 à cc*
GL events Live	543,5	529,6	411,4	+28,7%	+32,1%
GL events Exhibitions	144,3	143,2	161,5	-11,3%	-10,6%
GL events Venues	271,1	266,6	236,2	+12,8%	+14,8%
Total Groupe	958,9	939,4	809,1	+16,1%	+18,5%

* Cc = à change constant (en appliquant les taux de change 2013)



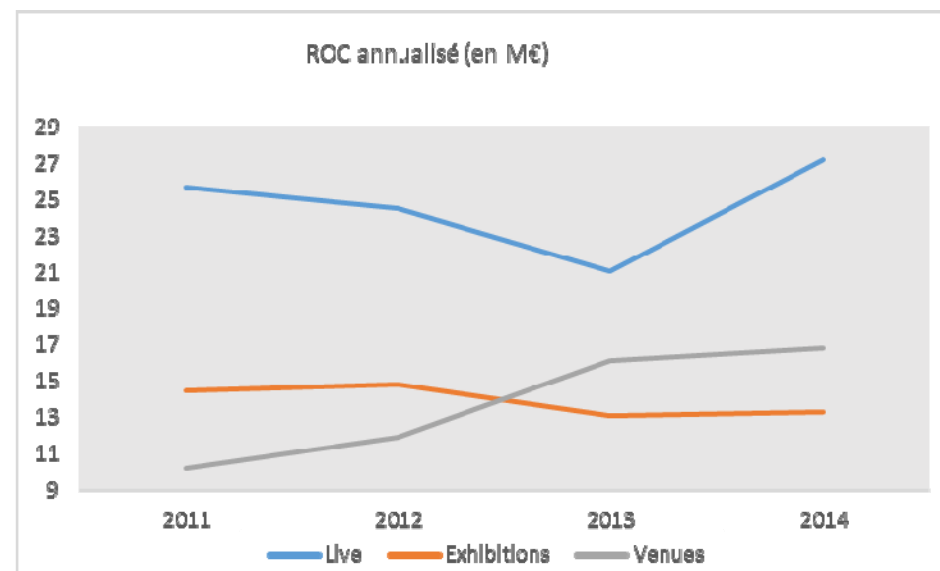
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL CONSOLIDÉ : +34,7%

M€	2014	2013 Retraité*	Var.	2013 publié	
Chiffre d' affaires	939,4	809,1	+16,1%	809,1	
Achats & charges externes	(593,0)	(506,1)	+17,2%	(506,1)	} Recours à des sous-traitants et maîtrise des frais de personnel
Personnel & participation	(206,8)	(196,4)	+5,3%	(196,4)	
Autres produits et charges opérationnels	(4,1)	3,2	-	3,2	
Amortissements & Provisions	(42,4)	(39,7)	-	(39,7)	
Impôts & taxes	(28,5)	(20,5)		(20,5)	← Impôts et taxes normatifs (effet Brésil)
Résultat opérationnel courant	64,6	49,7	+30%	49,7	
<i>Marge op Groupe, en % du CA</i>	<i>6,9%</i>	<i>6,1%</i>	-	<i>6,1%</i>	← +0, 8pts de marge
Autres produits et charges non courant	2,3	-	-	(11,4)	← Annulation du Motorshow en 2013
Résultat opérationnel	66,9	49,7	+34,7%	38,3	

RENTABILITÉ OPÉRATIONNELLE PAR MÉTIERS

- ▶ **Live** : marge portée par la présence de GL events sur la Coupe du Monde de Football (>12%)
- ▶ Hors effets de biennalité du SIRHA, **Exhibitions** conserve une marge identique à 2012 et **Venues** une marge de 6,2%

M€	2014	2013	2012
CA LIVE	529,6	411,4	440,2
ROC	39,7	14,6	27,4
MOC	7,5%	3,6%	6,2%
CA EXHIBITIONS	143,2	161,5	136
ROC	8,4	18	8,1
MOC	5,9%	11,1%	6%
CA VENUES	266,6	236,2	248
ROC	16,5	17,1	15,1
MOC	6,2%	7,2%	6,1%



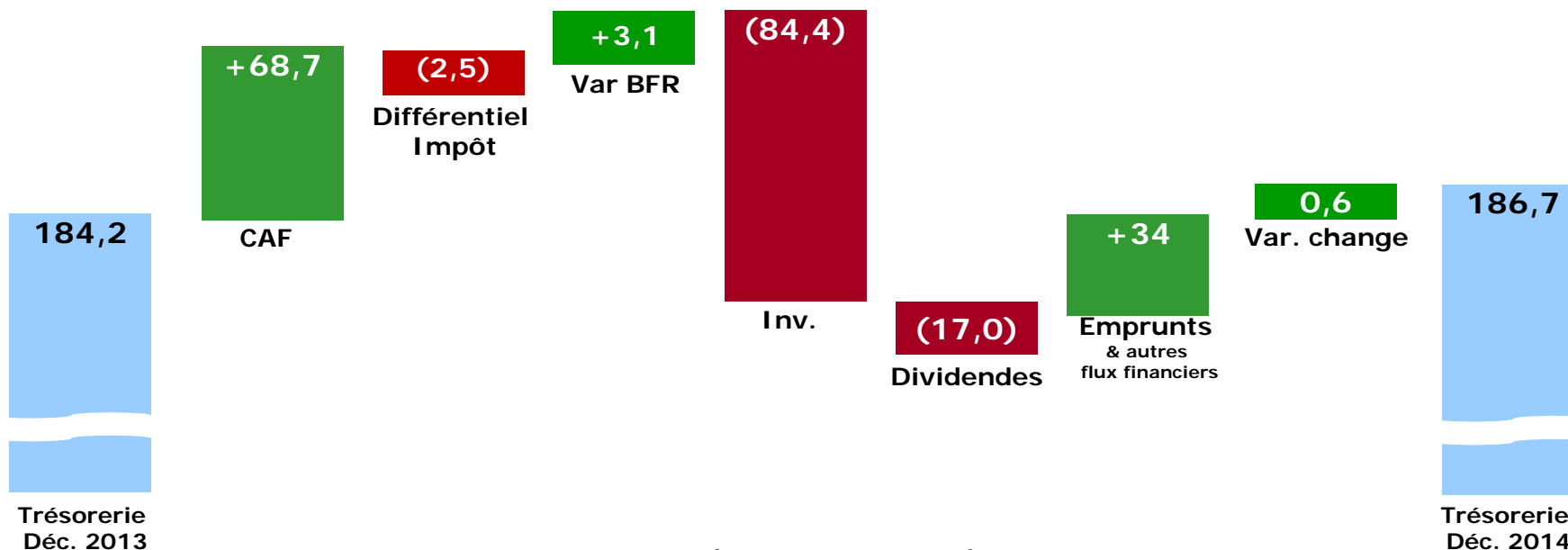
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE

M€	2014	2013 Retraité*	Var. retraité	2013 Publié	
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL GROUPE	66,9	49,7	+34,7%	38,3	
RÉSULTAT FINANCIER	(11,2)	(6,7)	-	(6,7)	← Hausse du coût d'endettement
RÉSULTAT AVANT IMPÔT GROUPE	55,7	42,9	+29%	31,5	
IS	(19,3)	(16,1)	-	(16,1)	← Taux d'IS de 34%
RÉSULTAT NET DES SOCIÉTÉS INTÉGRÉES	36,4	26,8	+36,5%	15,4	
EQUIVALENCES	(0,9)	(0,8)	-	(0,8)	
MINORITAIRES	(4,7)	(4,5)	-	(4,5)	
RNPG	30,8	21,5	+43,3%	10,1	

CAF/CA : 7,3%

CONFORME AUX STANDARDS RÉCENTS DU GROUPE

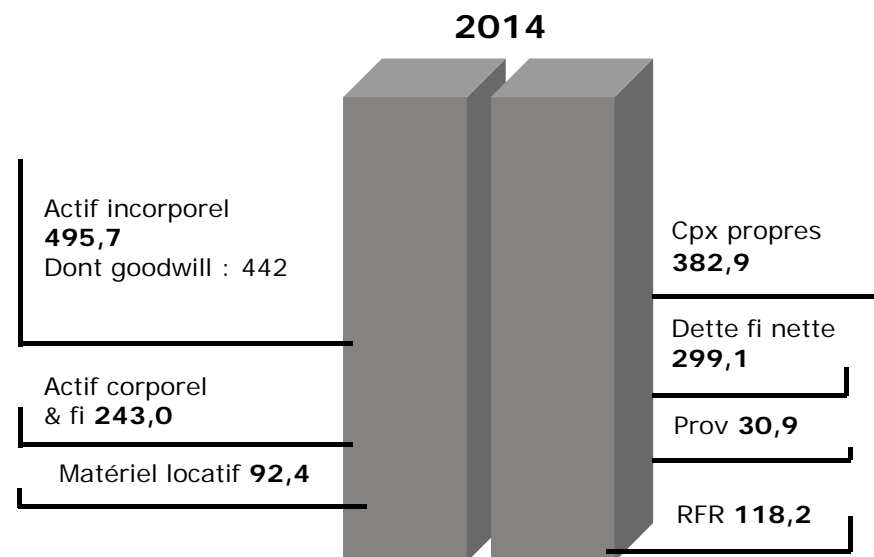
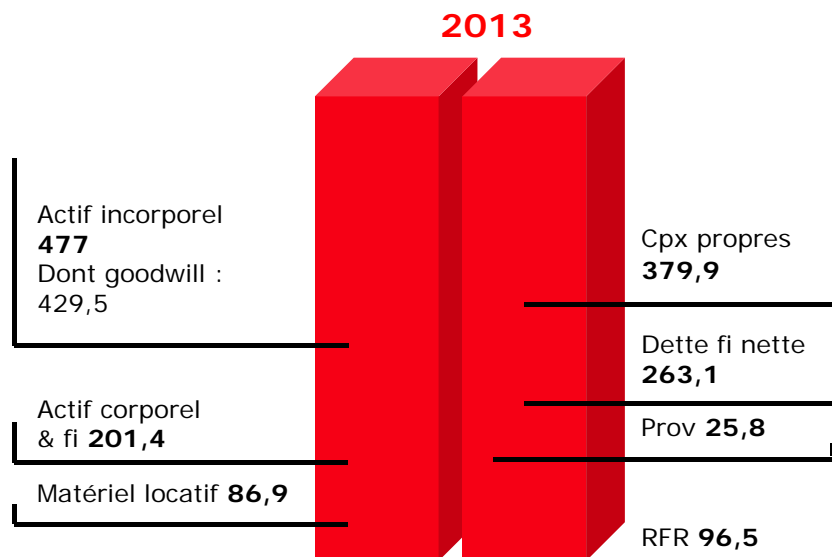
- Maintien d'un niveau de CAF/CA en ligne avec les standards récents du Groupe (7,3%)
- Niveau élevé de cash-flow opérationnel en phase avec l'évolution de l'activité
- Niveau d'investissements en phase avec les acquisitions annoncées d'immobilisations corporelles



FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉ (M€)

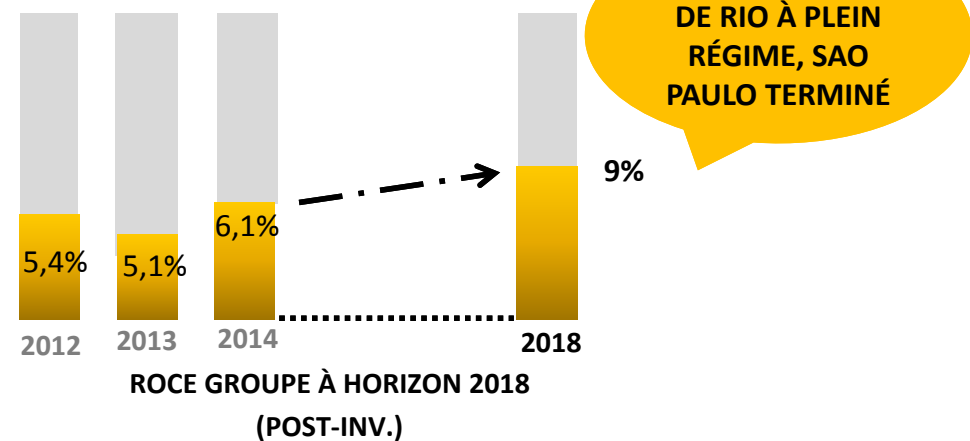
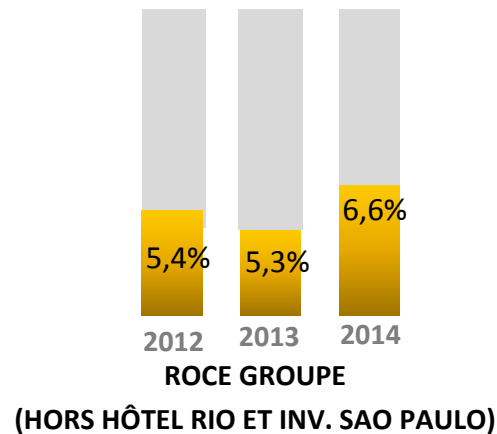
BILAN – STRUCTURE FINANCIÈRE SOLIDE

- Progression de la RFR 21,7M€
 - Evolution de l'endettement net en phase avec les investissements réalisés
 - (leverage de 2,85 au 31-12-2014)



ROCE - FAVORISER LA ROTATION DES ACTIFS

- Poursuivre l'ambition d'un ROCE Groupe entre 8 et 10%



- Diffusion de la culture ROCE au sein du Groupe (« offres packagées », Offre Food&Beverages systématiquement vendue sur « Venues »...)
- Poursuite de mesures d'ajustement des coûts de production / commercialisation (fermetures de filiales ou agences non rentable, restructuration en cours en Italie, regroupement en cours de bases logistiques au UK)
- Poursuite des cessions d'actifs non stratégiques (participations minoritaires, actifs industriels...)

STRATÉGIE DE DEVELOPPEMENT





Jeux du Commonwealth-
Glasgow





DYNAMISER DES IMPLANTATIONS RÉGIONALES STRATÉGIQUES...

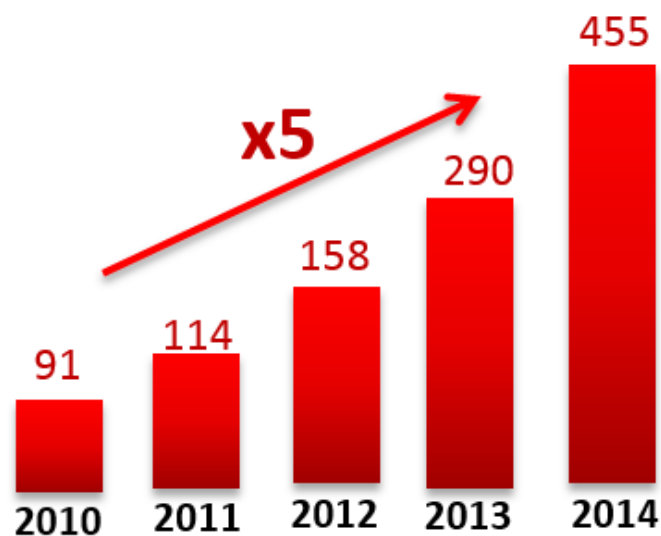
- Des implantations « pays » permettant de tirer profit de la croissance mondiale
- Localement, des expositions à des PIB d'agglomérations en forte croissance
 - Etat de Sao Paulo : 31% du PIB brésilien
- Des implantations sélectives et « durables » :
Ex.Sidney – implantation en 2000 génératrice de business en 2014 (Darling harbour)

PIB	2015	2016
Monde	+3,5%	+3,7%
« Advanced economies »	+2,4%	+2,4%
US	+3,6%	+3,3%
Zone Euro	+1,2	+1,4
France	+0,9%	+1,3%
Italie	+0,4%	+0,8%
Espagne	+2%	+1,8%
« Emerging markets & developing economies »	+4,5%	+4,7%
« Emerging & developing Europe »	+2,9%	+3,1%
« Latin America »	+1,3%	+2,3%
« Sub-saharian Africa »	+4,9%	+5,2%

World economic outlook projections /
FMI website (01/2015)

NOTRE STRATÉGIE BRÉSILIENNE VALIDÉE

GL events est devenu un acteur global de l'événementiel brésilien en développant Live, Venues et Exhibitions



EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES (M\$R)

En 2014, progression de l'EBITDA +50% et de l'EBIT +38%

NOTRE STRATÉGIE BRÉSILIENNE VALIDÉE

- Un chiffre d'affaires 2014 en progression de 57% (en reals)
- De nombreux contrats gagnés sur la Coupe du Monde grâce à un track-record favorable (JMJ de Rio, Coupe des Confédérations), un réseau de fournisseurs et de commerciaux bien implantés
- Trois implantations fortes sur des sites très bien exposés
 - RioCentro : finalisation des travaux, 85.000 m² d'espaces commercialisables
 - HSBC Arena
 - Sao Paulo Expo : Etat qui représente 31% du PIB brésilien, 1^{ère} économie d'Amérique Latine
- Déploiement de l'ensemble des métiers du groupe
- Une base de veille active pour toute l'Amérique du sud

BRÉSIL, POURSUITE DU DÉVELOPPEMENT

- Grands événements 2015-2016
- Ouverture de l'hôtel du Rio Centro
- Montée en puissance de Sao Paulo Expo
 - Les grands donneurs d'ordre attendent ce parc rénové et moderne
 - Des pré-réservations significatives
 - Un plan de charge conforme à nos business plan
 - Une rentabilité opérationnelle et un TRI projet de bon niveau (en ligne avec les attentes du marché local)
- Des perspectives dans de nouvelles villes pour GL events Venues

RIOCENTRO



HÔTEL RIO CENTRO



HÔTEL RIO CENTRO



HÔTEL RIO CENTRO



SAO PAULO EXPO



SÃO PAULO EXPO



SAO PAULO EXPO



INNOVATION ET CRÉATIVITÉ “NEW BIZ”

- Des « innovations business », le fruit de la rencontre d’une « intelligence technologique » avec une « intelligence logistique », sources d’économies pour les clients finaux (Ex. COP20, 3 mois de travail)
- **Ouverture de nouveaux marchés porteurs, à fort potentiel :**

- **Partenariats « public-privé »** avec les collectivités publiques : 1 réponse fonctionnelle au besoin d’optimisation de la gestion des équipements
 - *Strasbourg Evènements*
 - *Un exemple à suivre*

- **Réalisation d’installations temporaires** pour des clubs sportifs : 1 réponse technique aux limites budgétaires
 - *Stades modulaires*
 - *4 réalisations en 2014*
 - *Des projets en cours*

STRASBOURG



Futur palais
des congrès
en cours de
rénovation
par la ville

STRASBOURG



STADES MODULAIRES



DES OFFRES NOVATRICES ET DIFFÉRENCIANTES

MILANO 2015: gestion du restaurant et de la boutique du pavillon français

JO 2016: appels d'offres en cours pour la gestion du F&B village olympique et de l'hospitalité des JO



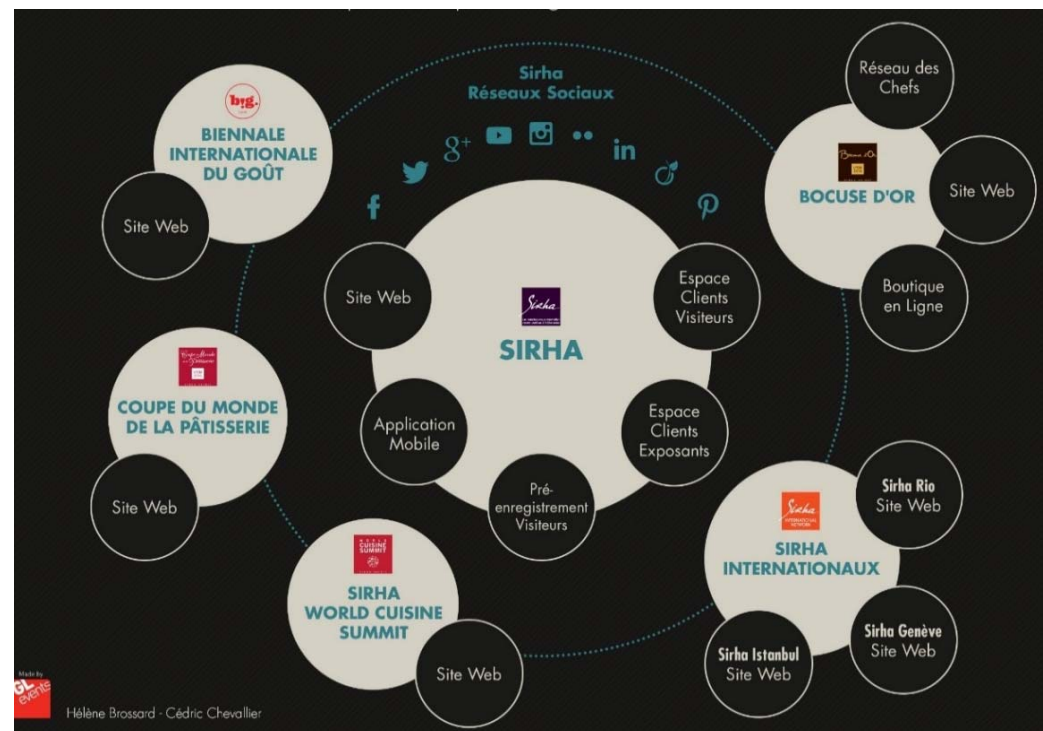
DES OFFRES NOVATRICES ET DIFFERENCIANTES: Formula.e

Accompagnement de la « caravane » des 10^{ers} Grand Prix de la 1^{ère} saison

- Installations temporaires
 - e.village
 - Paddock
 - Race control
- 2014: Pékin, Punta del Este
- 2015: Buenos Aires, Miami, Los Angeles, Pékin, Monaco, Londres,
- 2016: 8 constructeurs, s'ajoutent Moscou et Paris
- Ouverture sur de nouveaux marchés internationaux et sur de nouveaux grands comptes sponsors du circuit

TRANSFORMATION DIGITALE ET INNOVATION PRODUITS

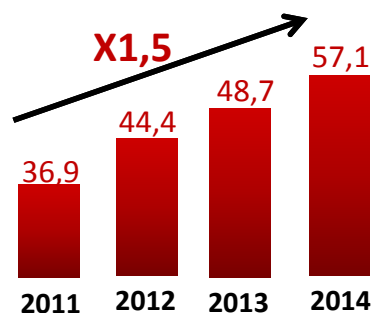
- Montée en puissance de nos dispositifs digitaux
 - Création de passerelles virtuelles avant, pendant et après les événements
 - Génération de valeur pour nos clients et de rentabilité pour GL events
- Commercialisation de “Performance By GL events”, offre digitale grand compte
- Mise en place d’espaces exposants et visiteurs en ligne, “Trade Expo On Line”...



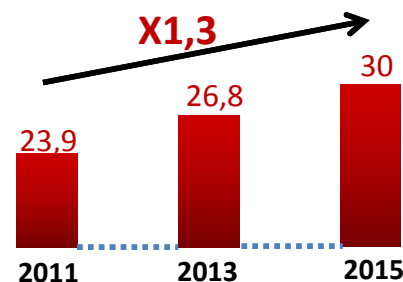
DÉVELOPPER L'APPROCHE « BRAND VALUE »

- **GL events est riche de nombreuses « marques évènementielles » dotées d'un savoir-faire unique**
- Une attention spécifique portée à la promotion commerciale, la qualité des exposants, l'animation et le confort des aménagements « on site »
- Des marques déployées « localement » capitalisant sur une connaissance intime des écosystèmes sectoriels avec plus de 250 salons propriétaires

PREMIÈRE VISION: LA CONSOLIDATION REUSSIE D'UNE FILIERE (CA, M€)



SIRHA, UNE NOTORIÉTÉ « GALOPANTE » (CA CONSOLIDÉ, M€)



DIFFUSER LA DÉMARCHE RSE - « THINK LOCAL »

- Accélération de la démarche RSE au sein de l'ensemble des filiales du Groupe, source de création de valeur environnementale et sociale pour les clients
- **Répondre à un besoin croissant des clients en matière de développement durable et élargir le spectre des appels d'offre**
- Intégration à l'offre commerciale de nouvelles certifications « développement durable »
 - **Certification qualité ISO 9001** et développement durable (ISO 20121) obtenues par les équipes de Hall Expo, première dans le monde de l'évènementiel, avantage concurrentiel majeur
 - **Certification MASE** (Environnement et Sécurité) obtenue par les équipes de Spacio Tempo, permettant la réduction drastique des accidents du travail.



« Think local » - « optimum éco-nomique »

- Sollicitation de fournisseurs locaux
- Optimisation des transports/déplacements
- Réduction de l'empreinte environnementale
- Rotation d'actifs maximale, réutilisation de structures

PERSPECTIVES & GUIDANCE

PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DYNAMIQUES

Un exercice 2015 riche en événements phares dont :

- SIRHA - Eurexpo, qui s'est tenu en janvier
- Exposition Universelle de Milan, avec le F&B et la boutique du Pavillon français (10M€)+ Pavillons du Maroc et du Gabon (5M€)
- Des biennales organisées en progression (Livre à Rio, Industrie à Lyon)
- Jeux européens de Bakou
- Coupe du Monde de Rugby...

DÉVELOPPEMENT AMSUD ET BRÉSIL

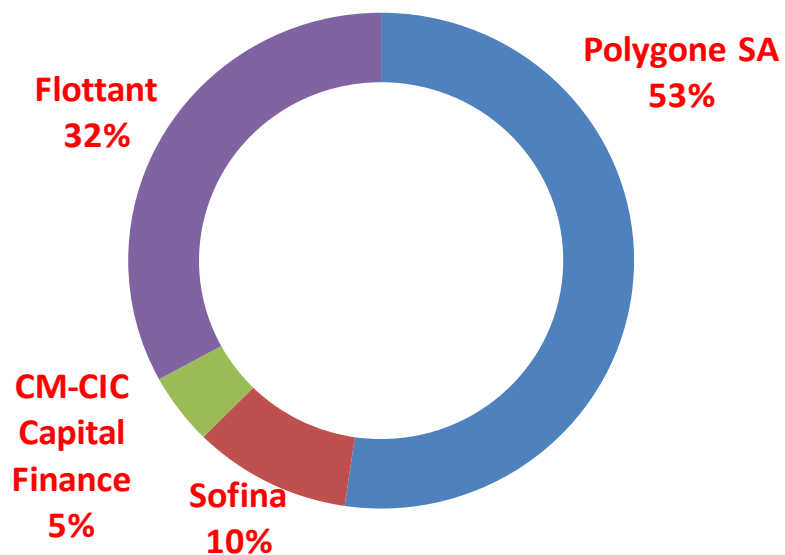
- Croissance forte sur le secteur de l'évènementiel et des salons
- Des appels d'offre importants en attente de réponse pour "Test events et JO 2016"
- Le parc d'expositions du RioCentro monte en puissance (CA(e) 2015 : 20 M€)
- A Sao Paulo, le nouveau parc rénové et agrandi permettra aux organisateurs de transférer nombre de leurs salons et créer de nouveaux événements.
- Nouvelle présence au Pérou avec un salon « start up »

GUIDANCE

**EN SYNTHÈSE, NOUS ANTICIPONS POUR 2015
UNE NOUVELLE ANNÉE DE CROISSANCE
ET POUR 2016 UN NOUVEAU DÉVELOPPEMENT FORT**

CARTOGRAPHIE BOURSIÈRE

CARTOGRAPHIE BOURSIÈRE



RÉPARTITION DU CAPITAL
(AU 31/12/2014)

NOMBRE DE TITRES : 22.653.920
(AU 31/12/2014)

CODE ISIN : FR0000066672

MNEMO : GLO

INDICE PRINCIPAL : CAC ALL SHARES

MARCHÉ : COMPARTIMENT B

(NYSE EURONEXT PARIS)

ELIGIBILITÉ PEA/PEA-PME : OUI

**PROPOSITION DE DIVIDENDE DE
0,60€ /ACTION**

**PROCHAIN RDV DE COMMUNICATION FINANCIÈRE :
28 AVRIL 2015 : CA 1^{ER} TRIMESTRE (APRÈS BOURSE)**



RÉSULTATS ANNUELS 2014

11 MARS 2015