

Communiqué de presse du 8 Avril 2025

Chers représentants de la presse,

Depuis 2008 -i.e. depuis 17 ans, ecostra GmbH réalise une enquête annuelle auprès de fabricants de marques internationales qui sont locataires dans les centres de marques (outlet) en Europe. Depuis 2012, cette enquête est réalisée en collaboration avec l'Institut français de recherche magdus. A l'heure actuelle, le rapport est considéré comme "la" référence pour l'industrie européenne outlet. Les résultats sont présentés en détail dans le "**Outlet Centre Performance Report Europe**" (OCPRE), qui peut être obtenu via la boutique en ligne ecostra.

L'OCPRE est la seule enquête européenne menée auprès des marques sur les performances économiques de leurs magasins présents dans les centres de marques. Tous les centres de marques européens en activité depuis plus de deux ans ont été inclus dans l'enquête. Seuls les fabricants de marques ayant au moins trois magasins dans trois centres outlets différents en Europe ont été autorisés à participer à l'enquête. Celle-ci a été menée auprès des décideurs (responsables des ventes, responsables de l'expansion) des marques au siège de l'entreprise, et non auprès des directeurs de magasins. En effet, seuls les premiers acteurs ont la capacité et la vision d'ensemble pour évaluer la performance de leurs magasins dans différents centres, qui sont également souvent situés dans différents pays européens.

Au total, 66 fabricants de marques internationales (contre 96 l'année précédente) ont participé à l'enquête, qui comptent 1011 points de vente (1438 l'année précédente) dans les centres de marques européens. En moyenne, chaque fabricant de marque opère environ 15,3 points de vente outlet, ce qui montre que des marques qui ont déjà un vaste réseau de points de vente outlet en Europe ont participé à cette enquête.

Nous serions ravis que vous puissiez imprimer ce communiqué dans vos publications. Si vous avez besoin d'autres illustrations (par ex. des photos imprimables de centres sélectionnés), nous pouvons vous les fournir gracieusement.

Si vous avez des questions, n'hésitez pas à nous contacter. Les personnes ressources sont :

- ecostra, Dr. Joachim Will, Tel.-No. +49 (0)611 716 95 75-0 resp. email info@ecostra.com
- magdus, Dr. Caroline Lamy, Tel.-No. +33 (0)6 11 46 54 06 resp. email lamy@magdus.fr

Cordialement,

ecostra GmbH magdus

Première : Pour la première fois, un centre italien est élu centre outlet le plus rentable d'Europe par les locataires

Le Designer Outlet Serravalle devance le gagnant en série Roermond et remporte la première place du Performance Report. Les centres outlet d'Europe du Sud rattrapent de plus en plus leur retard.

Chaque année depuis 2008, le cabinet de conseil ecostra basé à Wiesbaden interroge les fabricants de marques représentés dans les centres outlet européens sur la rentabilité de leurs magasins outlet. Depuis 2012, cette enquête est réalisée en coopération avec l'institut français magdus. Les résultats sont publiés dans un rapport qui est depuis devenu 'la' référence pour l'industrie. Les résultats de la dernière enquête viennent d'être publiés. *"Nous avons un nouveau gagnant ! Et pour la première fois, il vient d'Italie !"* déclare le Directeur Général d'ecostra, le Dr Joachim Will. *"Le Serravalle Designer Outlet, développé et exploité par McArthurGlen, bénéficie actuellement des locataires les plus satisfaits en termes de ventes générées. Cette tendance s'est déjà manifestée ces dernières années durant lesquelles Serravalle s'est déjà fermement établi comme l'un des centres outlet les plus performants. Avec le résultat actuel, le précédent gagnant en série, le Designer Outlet Roermond situé à la frontière néerlandais-allemande, a été relégué à la deuxième place."*

Serravalle : Taille de la surface de vente, offre de marques et qualité de l'emplacement comme facteurs de succès

Le Serravalle Designer Outlet est situé dans la région italienne du Piémont, directement sur l'autoroute A7 très fréquentée reliant Milan et Gênes. Le centre a ouvert en septembre 2000 et s'est agrandi en six phases d'expansion pour atteindre une superficie totale d'environ 50 650 m² GLA avec près de 250 boutiques. En outre, le parc de loisirs 'Play Land' a été ouvert à proximité immédiate du centre en 2021. "Cet équipement de style village, qui est l'un des plus grands centres outlet d'Europe, possède un nombre considérable de marques de designers haut de gamme et s'est développé ces dernières années en une destination supra-régionale, qui capte également les flux touristiques en route vers les côtes de la Riviera. Dernièrement, une fréquentation annuelle d'environ 6 millions de clients a été rapportée, ce qui fait évidemment sonner les caisses du centre," rapporte le Directeur Général d'ecostra, Joachim Will.

Les centres outlet ont le vent en poupe en Europe du Sud

Les autres centres outlet européens les plus performants sont l'ancien gagnant en série Designer Outlet Roermond (Pays-Bas), Designer Outlet Malaga (Espagne) et Porto Fashion Outlet (Portugal). *"Nous pouvons observer que, selon les locataires outlet, de plus en plus de centres d'Europe du Sud s'avèrent extrêmement rentables"* souligne la responsable de magdus, Dr Caroline Lamy, dont l'institut coopère au Performance Report. Selon elle, *"l'Europe du Sud est non seulement favorisée par le climat avec de nombreuses journées ensoleillées, mais rend également très heureux les opérateurs d'outlet. Sur les 10 premiers du classement, 5 centres sont situés en Italie, en Espagne ou au Portugal. Cela n'a pas toujours été le cas. De plus, ces marchés sont considérés comme largement*

saturés en raison d'un nombre relativement élevé de centres outlet, ce qui suggère également un niveau élevé de concurrence. Néanmoins, il n'y a actuellement pas un seul centre outlet d'Europe du Sud en bas du classement."

Encore un centre allemand tout en bas du classement des outlets

En revanche, le climat dans certains centres outlet en Allemagne, en Suisse et aux Pays-Bas est plutôt glacial. Cette année, la 'lanterne rouge' du centre outlet le moins performant du point de vue des locataires revient une fois de plus au Fashion Outlet Marl dans l'État allemand de Rhénanie du Nord-Westphalie. Ce centre semble être accroché au bas du tableau. Les centres outlet de Schönenwerd (Suisse) et Haarlemmermeer (Pays-Bas), qui ont également été fortement critiqués par les locataires, sont aussi des habitués du bas du classement depuis un certain temps. Selon Joachim Will : *"Il reste à espérer que ces centres réussissent à trouver une issue à cette morosité."* Il existe des exemples positifs. Par exemple, le Designer Outlet Rosada à Roosendaal, également situé aux Pays-Bas, a réussi à sortir du bas du tableau pour prendre une place dans le bon milieu du classement. De même, le Designer Outlet Roubaix en France a également trouvé une place stable en milieu de classement.

Les longues heures d'ouverture exacerbent le problème de disponibilité du personnel

Selon les locataires, la disponibilité du personnel et la forte hausse des coûts d'exploitation annexes pour le chauffage et l'énergie continuent de poser les plus grands défis dans l'exploitation des magasins outlet. En revanche, les problèmes de chaîne d'approvisionnement qui étaient encore pertinents pendant et peu après la période du coronavirus ne jouent plus aucun rôle. Certaines marques interrogées, en revanche, se plaignent de l'augmentation des coûts de location dans les centres et des longues heures d'ouverture, ces dernières aggravant à leur tour le problème de personnel. Néanmoins, comme dans toutes les enquêtes précédentes, les magasins outlet en tant que canal de vente sont une fois de plus nettement plus rentables que les magasins traditionnels situés dans les rues commerçantes de centre-ville. La performance des outlets continue d'être légèrement meilleure que celle des sites de vente en ligne des marques. Cependant, l'évaluation économique de ces deux canaux de vente a considérablement convergé au cours de la dernière décennie, de sorte que seule une légère différence entre les outlets en ligne et hors ligne est reconnaissable.

L'expansion reprend légèrement. Les concepts hybrides suscitent un intérêt accru

L'expansion des magasins outlet montre maintenant une légère reprise d'activité après des années où le frein à main était manifestement de plus en plus appliqué. Avec une moyenne d'environ 2,7 nouvelles ouvertures de magasins outlet dans les 12 prochains mois, le pic de 2018 (moyenne d'environ 3,7 nouvelles ouvertures par marque) est encore loin, mais le déclin continu de l'expansion des magasins depuis lors a atteint un tournant en 2024 et a légèrement repris. Pour Caroline Lamy : *"Nous verrons si cela continue. Le nombre de nouveaux projets et donc d'ouvertures potentielles de nouveaux centres outlet en Europe est peu élevé. Le tableau est dominé par les extensions de surface et les optimisations d'emplacement des centres existants. Cependant, les loyers pour les*

espaces dans ces centres, dont la plupart sont établis et performants, sont tout sauf bon marché." Cependant, il existe des loyers comparativement favorables ailleurs. Par exemple, les fabricants de marques interrogés semblent changer leur évaluation précédemment plutôt critique des centres présentant des concepts hybrides de centres commerciaux traditionnels et de centres outlet. Il y a seulement quelques années, de tels concepts hybrides ne rencontraient qu'un intérêt très réservé de la part des locataires. Comme le montrent les résultats de l'enquête, ils reçoivent maintenant une attention accrue en tant qu'options de site possibles. Selon Joachim Will : "L'ouverture de la zone outlet au sein du centre commercial Huma à St. Augustin (près de Bonn) et la réponse constamment positive des locataires à ce jour ont manifestement fait la différence ici. De tels emplacements sont toujours refusés par les marques de luxe ou premium, mais les bonnes marques du segment de prix moyen de gamme peuvent certainement y trouver un espace approprié. Et la nouvelle semble se répandre."

L'étude complète "Outlet Centre Performance Report Europe 2024", avec tous les chiffres détaillés, les évaluations et les commentaires, sera disponible à partir de la fin avril 2025 au prix de € 250 HT. Les pré-commandes peuvent être effectuées via la boutique en ligne d'ecostra. Le rapport est disponible en version imprimée uniquement.

Vue d'ensemble : Le top 20 des centres de marques les plus performants d'Europe du point de vue des locataires en 2024

Rang Europe	Ville - Centre Outlet	Pays	Opérateur	Ø-Note**
1	Serravalle Scivia – Designer Outlet Serravalle	Italie	McArthurGlen	1,67
2	Roermond – McArthurGlen Roermond	Pays-Bas	McArthurGlen	1,77
3*	Vila do Conde / Movidas – Porto Fashion Outlet	Portugal	VIA Outlets	1,83
3*	Malaga – Designer Outlet Malaga	Espagne	McArthurGlen	1,83
5	Kildare – Kildare Village	Irlande	Value Retail	1,88
6*	Landquart -Landquart Fashion Outlet	Suisse	VIA Outlets	1,90
6*	Ellesmere Port – McArthurGlen Cheshire Oaks	Royaume-Uni	McArthurGlen	1,90
8*	Castel Romano – Designer Outlet Castel Romano	Italie	McArthurGlen	1,91
8*	Noventa di Piave – McArthurGlen Noventa di Piave	Italie	McArthurGlen	1,91
10	Parndorf – McArthurGlen Parndorf	Autriche	McArthurGlen	1,92
11*	La Roca del Vallès – La Roca Village	Espagne	Value Retail	2,00
11*	San Sebastian de Los Reyes – The Style Outlets	Espagne	Neinver	2,00
11*	York – Designer Outlet York	Royaume-Uni	McArthurGlen	2,00
14	Metzingen – Outletcity Metzingen	Allemagne	Outletcity AG	2,09
15	Piaseczno – Designer Outlet Warszawa	Pologne	ROS	2,11
16	Las Rozas – Las Rozas Village	Espagne	Value Retail	2,14
17	Talange – Marques Avenue	France	Marques Avenue	2,17
18*	Villefontaine – The Village	France	La Compagnie de Phalsbourg	2,20
18*	Sosnowiec – Designer Outlet Sosnowiec	Pologne	ROS	2,20
18*	Portsmouth – Gunwharf Quays	Royaume-Uni	Land Securities	2,20

* = La note moyenne identique à celle d'un autre centre de marques mène à un classement double

** = Note moyenne basée sur les notes scolaires de 1 (= rendement nettement supérieur à la moyenne) à 5 (= rendement nettement inférieur à la moyenne)

Rang Europe	Ville - Centre Outlet	Pays	Opérateur	Ø-Note**
-------------	-----------------------	------	-----------	----------

Source: ecostra / magdus

Les centres de marques les plus performants dans les pays sélectionnés :

Top 3 en France 2024

Rang FR	Rang Europe	Centre Outlet	Opérateur	Ø-Note**
1	17	Talange – Marques Avenue	Marques Avenue	2,17
2	18*	Villefontaine – The Village	La Compagnie de Phalsbourg	2,20
3	32*	Pont-Sainte-Marie – Designer Outlet Troyes	McArthurGlen	2,36

* = La note moyenne identique à celle d'un autre centre de marques mène à un classement double

** = Note moyenne basée sur les notes scolaires de 1 (= rendement nettement supérieur à la moyenne) à 5 (= rendement nettement inférieur à la moyenne)

Source: ecostra / magdus

Top 3 en Allemagne 2024

Rang ALL	Rang Europe	Centre Outlet	Opérateur	Ø-Note**
1	14	Metzingen – Outletcity Metzingen	Outletcity AG	2,09
2	21	Wustermark – Designer Outlet Berlin	McArthurGlen	2,21
3	24	Ochtrup – Designer Outlet Ochtrup	McArthurGlen	2,28

* = La note moyenne identique à celle d'un autre centre de marques mène à un classement double

** = Note moyenne basée sur les notes scolaires de 1 (= rendement nettement supérieur à la moyenne) à 5 (= rendement nettement inférieur à la moyenne)

Source: ecostra / magdus

Top 3 au Royaume-Uni 2024

Rang RU	Rang Europe	Centre Outlet	Opérateur	Ø-Note**
1	6*	Ellesmere Port – Designer Outlet Cheshire Oaks	McArthurGlen	1,90
2	14*	York – Designer Outlet York	McArthurGlen	2,00
3	18*	Portsmouth – Gunwharf Quays	Land Securities	2,20

* = La note moyenne identique à celle d'un autre centre de marques mène à un classement double

** = Note moyenne basée sur les notes scolaires de 1 (= rendement nettement supérieur à la moyenne) à 5 (= rendement nettement inférieur à la moyenne)

Source: ecostra / magdus

Top 3 en Italie 2024

Rang IT	Rang Europe	Centre Outlet	Opérateur	Ø-Note**
1	1	Serravalle Scrivia – Designer Outlet Serravalle	McArthurGlen	1,67
2*	8*	Castel Romano – Designer Outlet Castel Romano	McArthurGlen	1,91
2*	8*	Noventa di Piave – Designer Outlet Noventa di Piave	McArthurGlen	1,91

* = La note moyenne identique à celle d'un autre centre de marques mène à un classement double

** = Note moyenne basée sur les notes scolaires de 1 (= rendement nettement supérieur à la moyenne) à 5 (= rendement nettement inférieur à la moyenne)

nettement inférieur à la moyenne)

Source: ecostra / magdus

Top 3 en Espagne 2024

Rang ES	Rang Europe	Centre Outlet	Opérateur	Ø-Note**
1	3*	Malaga – Designer Outlet Malaga	McArthurGlen	1,83
2*	11*	La Roca del Vallès – La Roca Village	Value Retail	2,00
2*	11*	San Sebastian de Los Reyes	Neinver	2,00

* = La note moyenne identique à celle d'un autre centre de marques mène à un classement double

** = Note moyenne basée sur les notes scolaires de 1 (= rendement nettement supérieur à la moyenne) à 5 (= rendement

nettement inférieur à la moyenne)

Source: ecostra / magdus

Top 3 en Pologne 2024

Rang PL	Rang Europe	Centre Outlet	Opérateur	Ø-Note**
1	15	Piaseczno – Designer Outlet Warszawa	ROS	2,11
2	18*	Sosnowiec – Designer Outlet Sosnowiec	ROS	2,20
3*	26*	Gdansk (Szadólki) – Designer Outlet Gdansk	ROS	2,33
3*	26*	Modlniczka (Kraków) – Factory Kraków	Neinver	2,33

* = La note moyenne identique à celle d'un autre centre de marques mène à un classement double

** = Note moyenne basée sur les notes scolaires de 1 (= rendement nettement supérieur à la moyenne) à 5 (= rendement nettement inférieur à la moyenne)

Source: ecostra / magdus

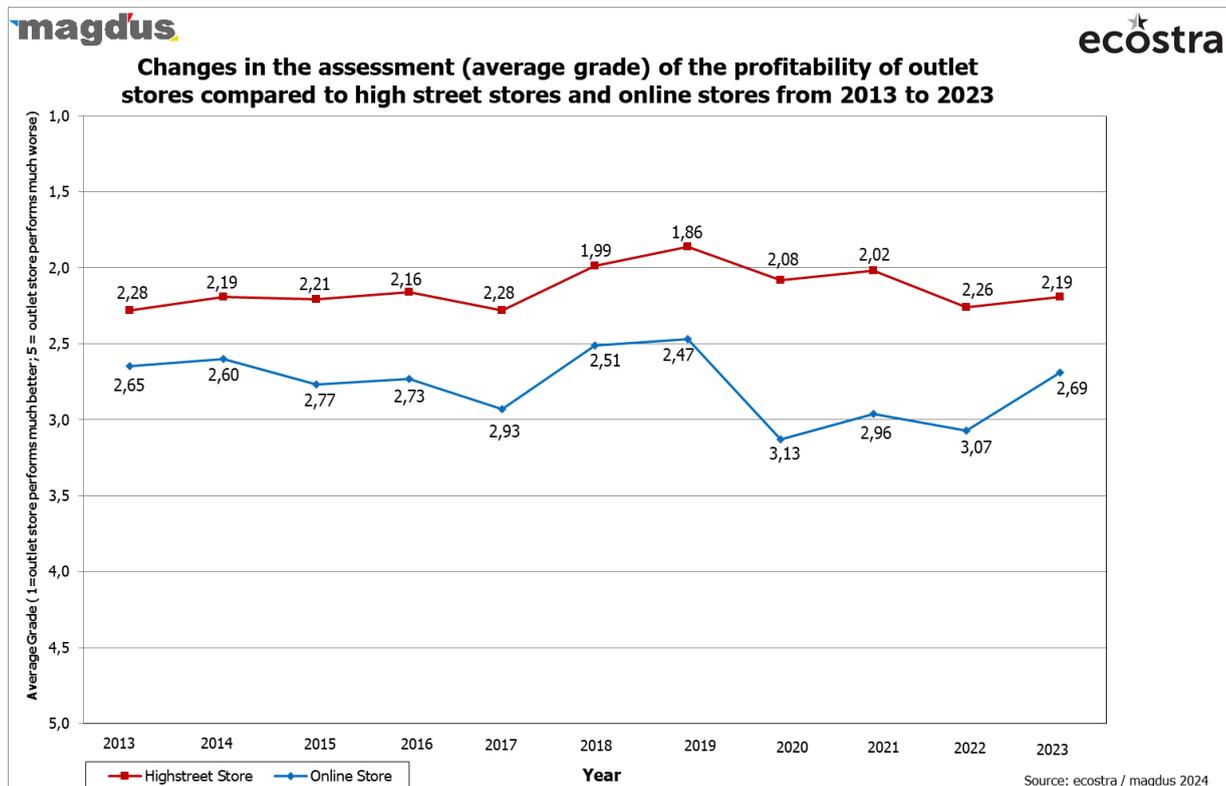
Vue d'ensemble : Le top 20 des centres de marques les moins performants d'Europe du point de vue des locataires en 2024

Rang Europe	Centre Outlet	Pays	Opérateur	Ø-Note**
73	Les Clayes sous Bois – One Nation Paris	France	Catinvest	3,25
74	Braintree – Freeport Braintree	Royaume-Uni	Land Securities	3,33
75	Marcianise – Designer Outlet La Reggia	Italie	McArthurGlen	3,44
76*	Messancy – Designer Outlet Luxembourg	Belgique	ROS	3,50
76*	Honfleur – Honfleur Normandy Outlet	France	Advantail	3,50
78	Aubergenville – Marques Avenue A13	France	Marques Avenue	3,83
79	L'île Saint Denis – Marques Avenue	France	Marques Avenue	4,14
80	Haarlemmermeer – Amsterdam The Style Outlets	Pays-Bas	Neinver	4,17
81	Schönenwerd – Fashion Fish Factory Outlet	Suisse	Tomaro AG	4,20
82	Marl – Fashion Outlet Marl	Allemagne	Outlet Evolution Services	4,43

* = La note moyenne identique à celle d'un autre centre de marques mène à un classement double

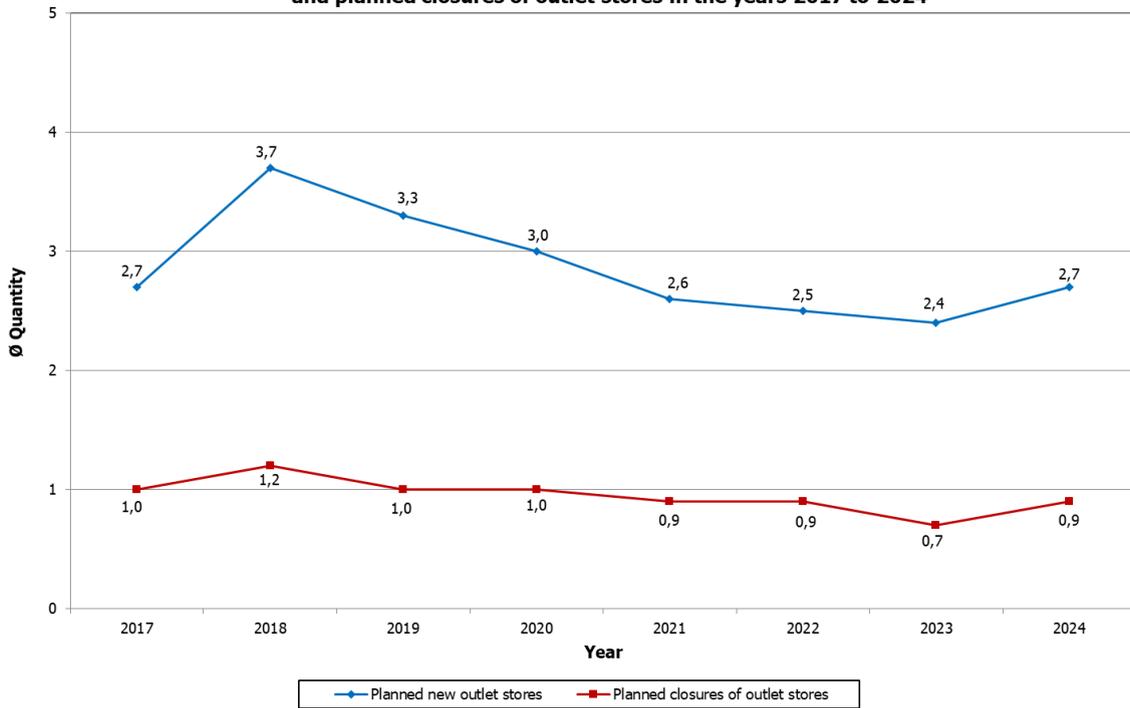
** = Note moyenne basée sur les notes scolaires de 1 (= rendement nettement supérieur à la moyenne) à 5 (= rendement nettement inférieur à la moyenne)

Source: ecostra / magdus



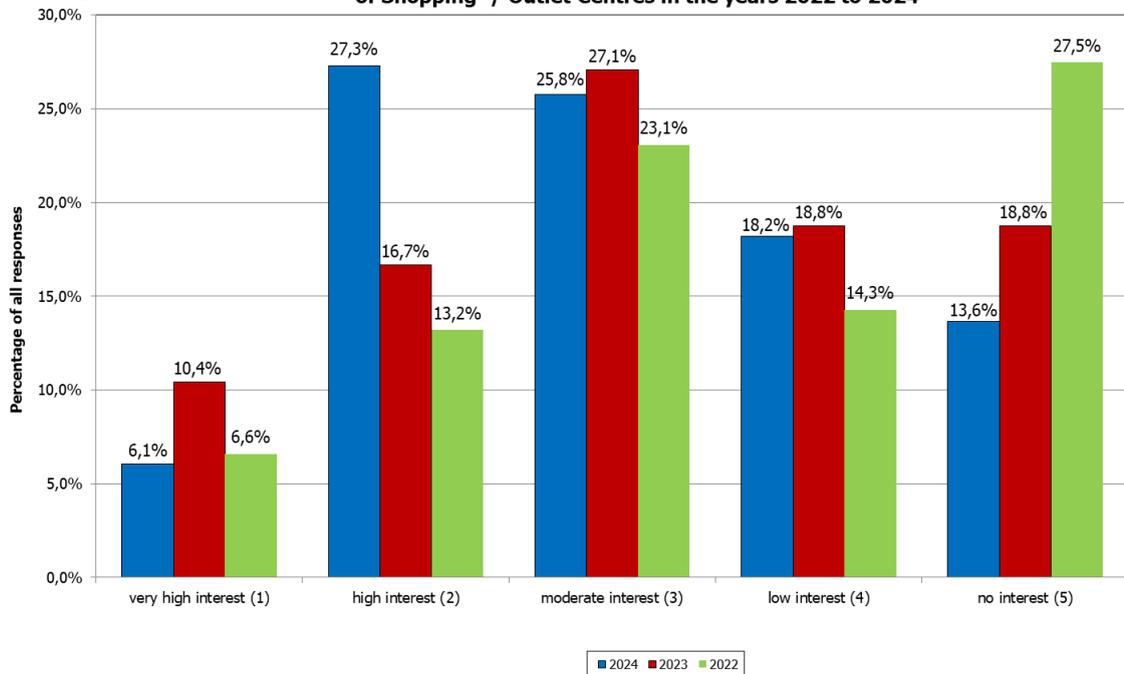
Legend: a value of 3.0 means that the profitability of the sales channel is identical to outlet stores, a value < 3.0 shows that outlet stores are correspondingly more profitable.

Average number of planned new outlet stores and planned closures of outlet stores in the years 2017 to 2024



Source: ecostra / magdus 2025

Interest of the tenants in leasing outlet stores in hybrid forms of Shopping- / Outlet Centres in the years 2022 to 2024



The divergence to 100 % is depending on the option "no answer"

Source: ecostra / magdus 2025

Définition centre de marques (outlet):

Les centres de marques (outlet) sont une agglomération de nombreuses unités de magasins de déstockage au sein d'un ensemble de bâtiments coordonnés ou interreliés dans l'espace avec plus de 5 000 m² de surface de vente (= environ 6 000 m² GLA) et plus de 20 magasins. Les fabricants de marques et les détaillants intégrés verticalement vendent les saisons passées, les seconds choix, les stocks excédentaires, etc. directement au consommateur, sans utiliser les commerces de détail comme canaux de distribution (intermédiaires). Tous les produits sont vendus avec un rabais d'au moins 25 % par rapport au prix de base de référence, tandis que le double prix (« prix de vente boutique » / « prix outlet ») est régi par le contrat de location. Le marketing cible une zone suprarégionale et surtout les clients lointains sont visés. La coordination, l'organisation et la commercialisation d'un centre de marques sont assurées par une direction de centre.

Au sujet de la société ecostra

ecostra GmbH appartient aux principales sociétés de conseil en gestion pour l'immobilier commercial et le commerce de détail. Outre les missions de conseil comme par exemple l'optimisation du réseau de détail existant d'une entreprise, la production d'analyses de localisation et d'études pour la planification de l'expansion ainsi que des études de faisabilité et de rentabilité pour les promoteurs de projets, prestataires de services financiers et investisseurs, ecostra compile également des concepts d'utilisation pour les centres commerciaux ou analyse les chances et les risques, par exemple, d'une éventuelle relance d'un centre. Outre le secteur privé, ecostra travaille également pour le secteur public en fournissant des concepts de développement commercial pour les villes et les régions et offre des conseils d'expert pour les procédures d'approbation, les procédures judiciaires administratives et les procédures judiciaires relatives aux ententes. Le domaine d'activité spatial englobe tous les pays européens. Le siège d'ecostra est situé dans la capitale de la Hesse, Wiesbaden.

A côté des centres commerciaux classiques, une attention particulière est accordée aux centres de marques par ecostra. Ainsi, ecostra a publié entre autres une étude fondamentale au nom du ministère fédéral allemand de la construction ainsi que divers livres et articles sur les exigences de localisation, les aspects opérationnels pertinents ainsi que l'impact des centres de marques sur le commerce régional et local.

Au sujet de magdus

Le but de magdus, l'Observatoire européen des centres de marques et magasins d'usine, est d'étudier ce concept commercial en Europe. Nouvelles, chiffres clés, entretiens avec des experts et études économiques, magdus est LE point de référence du secteur. L'objectif de la conférence magdus est de créer un lieu de rencontre et d'échange pour les professionnels, et a lieu tous les deux dans la capitale française, Paris. Lors de chaque édition, entre 150 et 200 participants de toute l'Europe assistent aux conférences animées par des contributeurs reconnus.

Contact:

ecostra GmbH
 Economic-, Strategy- and
 Location Consultancy in Europe
 Dr. Joachim Will
 Bahnhofstrasse 42
 D-65185 Wiesbaden
 tel.: +49 - (0)611 71 69 57 50
 email: office@ecostra.com
 www.ecostracom

magdus
 European Factory Outlet
 Centres Observatory
 Dr. Caroline Lamy
 655 route du Vieux Village
 F-26510 Sahune
 tel.: +33 - (0)6 11 46 54 06
 email: lamy@magdus.fr
 www.magdus.fr