

Communiqué de presse du 25 Mars 2026

Mesdames et Messieurs de la presse,

Depuis 2008 – soit depuis 18 ans – la société ecostra GmbH réalise chaque année une enquête auprès des fabricants de marques internationales présents en tant que locataires dans les centres outlet en Europe. Depuis 2012, cette enquête est menée en coopération avec l'institut de recherche français magdus. Ce rapport est aujourd'hui considéré comme la référence pour l'industrie européenne des outlets. Les résultats sont publiés en détail dans le rapport intitulé « **Outlet Centre Performance Report Europe** » (OCPRE), disponible dans la boutique en ligne du site internet d'ecostra.

L'OCPRE est la seule enquête paneuropéenne analysant la performance économique des magasins de marques dans les différents centres outlets. Tous les centres outlets européens en activité depuis plus de deux ans y ont été inclus. Seuls les fabricants de marques possédant au moins trois magasins dans trois centres outlets différents en Europe étaient autorisés à y participer. L'enquête a été réalisée auprès des décideurs au siège des marques (responsables commerciaux ou responsables du développement), et non auprès des responsables de magasins. Ces décideurs disposent d'une vision globale leur permettant d'évaluer les performances de leurs magasins situés dans différents centres et parfois dans différents pays.

Au total, 68 fabricants de marques internationales (contre 66 l'année précédente) ont participé à l'enquête et exploitent un total de 1 281 magasins outlet en Europe (contre 1 011 l'année précédente). En moyenne, chaque fabricant possède environ 18,8 magasins outlet en Europe (contre 15,3 l'an dernier) ce qui illustre que ces marques ont déjà un réseau de magasins outlet étendu en Europe.

Nous serions ravis que vous puissiez imprimer ce communiqué de presse dans votre publication. Si vous avez besoin de matériel d'illustration supplémentaire (par exemple des photos imprimables) à cette fin, nous pouvons également vous les fournir gratuitement et sans droits.

Si vous avez des questions, n'hésitez pas à nous contacter à tout moment.

Contacts :

- 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

Centres Outlet en Europe: le groupe des meilleurs opérateurs devient un club fermé

La Roca Village près de Barcelone arrive en tête du classement des performances pour la deuxième fois depuis 2021. Les centres du Sud de l'Europe restent très performants. Outletcity AG est à nouveau désigné meilleur opérateur.

En 2024, le Designer Outlet Serravalle, situé entre Milan et Gênes, avait été élu centre outlet le plus rentable par les locataires. Dans la dernière enquête, cette première place est désormais occupée par La Roca Village, situé en Catalogne en Espagne, non loin de Barcelone. À cet égard, un centre situé dans une région touristique du sud de l'Europe est une fois de plus le principal leader du rapport sur la performance des centres outlet. C'est la deuxième fois que La Roca Village obtient ce résultat après 2021. Il est suivi par deux centres développés et exploités par le leader européen McArthurGlen : Roermond (Pays-Bas) à la deuxième place et Parndorf (Autriche) à la troisième place.

Peu de nouveaux centres parmi les meilleurs

Selon le Dr Joachim Will, directeur d'ecostra, *« ces centres bien connus ont toujours fait partie des meilleurs en Europe depuis des années. Le classement ressemble parfois à un jeu de chaises musicales : un centre prend la tête une année, puis un autre l'année suivante »*. Dr Will est le directeur général de la société de conseil ecostra qui mène des enquêtes auprès des locataires dans les centres outlet européens depuis 2008. Depuis 2012, celle-ci est faite en coopération avec l'institut français magdus. Les résultats de cette enquête sont publiés dans le rapport annuel « Outlet Centre Performance Report Europe », qui est désormais considéré comme « la » référence pour l'industrie outlet en Europe. *« Le reste du Top 20 est également dominé par des centres recevant régulièrement d'excellentes évaluations de la part des locataires enquêtés, ce qui fait presque de ce classement un « club fermé » selon Dr Will. Cela est dû au fait que les autres centres outlet réussissent rarement à entrer dans ce groupe de tête. Les exceptions récentes à cette règle incluent « The Village » à Villefontaine près de Lyon (France), « Designer Outlet Warszawa » à Piaseczno (Pologne), « Fashion Outlet Landquart » dans le canton des Grisons (Suisse) et – assez étonnamment - un centre qui n'a ouvert ses portes qu'en avril 2023, le « Designer Outlet Paris-Giverny » dans le nord-ouest de la France.*

Surprise : un nouveau centre près de Paris

« Les nouvelles ouvertures qui se positionnent immédiatement parmi les premiers du classement sont en effet extrêmement rares. À cet égard, McArthurGlen a une fois de plus livré un chef-d'œuvre avec ce qui est le dernier nouveau développement du leader européen du marché des outlets » félicite le Dr Caroline Lamy de magdus. *« Avec un investissement de plus de 200 millions d'euros, McArthurGlen a encore une fois énormément investi ici. L'architecture et le design de haute qualité du centre, y compris les façades vertes imposantes et ce qui est probablement le plus grand magasin d'usine Dolce & Gabbana au monde, illustrent qu'aucune dépense n'a été négligée dans l'investissement. Caroline Lamy soupçonne également que les loyers facturés dans ce centre sont tout sauf bon marché. Cependant, les locataires confirment maintenant que les magasins de ce centre génèrent des rendements très satisfaisants. « Les coûts et les retours sur investissement du site sont donc en phase. Il est encourageant de voir que de nouveaux centres outlet bien conçus continuent clairement à faire leur entrée dans le groupe, par ailleurs très consolidé, des meilleurs opérateurs, déclare Caroline Lamy.*

La « lanterne rouge » revient une fois de plus à un centre outlet en Allemagne

Mais même au bas du classement, la situation est presque gravée dans le marbre. La « lanterne rouge » en tant que centre outlet avec les locataires les plus insatisfaits se trouve une fois de plus cette année en Allemagne au « Fashion Outlet Marl ». Et c'est ainsi pour la quatrième année consécutive depuis 2022. Il est frappant de constater que parmi les 10 centres les moins bien notés par les locataires, 7 sont situés en France et 2 en Allemagne. Selon Joachim Will : *« Ce sont des marchés bien établis avec un pouvoir d'achat élevé et une population orientée sur les marques. Il est également peu probable que le niveau de concurrence soit un facteur de mauvaise performance, car d'autres marchés, tels que le Royaume-Uni, l'Italie et l'Espagne, ont une densité de points de vente outlet significativement plus élevée. Nous n'avons actuellement aucune explication pour cette situation. »*

La rentabilité des canaux de vente continue de converger. L'activité d'expansion est restreinte. Le vol à l'étalage n'est pas un problème

Selon les fabricants de marques interrogés, l'exploitation des magasins outlet continue d'être plus rentable que celle des magasins traditionnels dans les rues commerçantes. Cependant, l'écart entre ces deux canaux de distribution s'est à nouveau quelque peu réduit récemment. En revanche, la rentabilité des boutiques en ligne a été à peu près équivalente à celle des points de vente outlet depuis 2022. Ce n'est que pendant la pandémie de coronavirus que les boutiques en ligne ont clairement pris le dessus. Selon Caroline Lamy : *"Malgré la meilleure rentabilité des magasins outlet, le développement de ce marché continuera à être lent. En moyenne, chaque fabricant interrogé prévoit d'ouvrir environ 2,4 nouveaux magasins en Europe au cours des 12 prochains mois. Dans le même temps, cependant, les réseaux de distribution existants sont également en cours de révision et de rationalisation. Les nouvelles ouvertures seront compensées par une moyenne d'environ 1,5 fermeture de magasins pendant la même période. C'est un chiffre que nous n'avons jamais vu auparavant !"* Le principal problème dans l'exploitation des magasins est considéré comme étant l'augmentation des coûts d'exploitation auxiliaires (chauffage, électricité, frais de commercialisation, etc.), qui aujourd'hui dépasse même légèrement le problème de la disponibilité du personnel. En revanche, les problèmes de la chaîne d'approvisionnement et les exigences des opérateurs en matière de réductions sur les marchandises sont tout aussi insignifiants pour les fabricants de marques que le vol à l'étalage.

Outletcity AG encore une fois nommé meilleur opérateur européen

Outletcity AG (anciennement Holy AG) a de nouveau été nommé meilleur opérateur outlet cette année, battant le gagnant en série McArthurGlen. Contrairement à McArthurGlen cependant, Outletcity AG n'exploite qu'un seul centre en Europe, situé à Metzingen (Allemagne) dans la région souabe. Avec une surface de vente de près de 41 000 m² et une superficie locative brute d'environ 60 000 m², il s'agit du plus grand centre outlet en Europe en termes de surface utile et abrite le plus grand magasin Boss pour homme au monde, couvrant plus de 5 000 m². Depuis que l'enquête auprès des locataires a commencé il y a 18 ans, Outletcity AG a réussi pour la sixième fois à remporter le titre de meilleur opérateur du point de vue des locataires. Pour Joachim Will : *« Évidemment, le trophée du meilleur opérateur est également un club fermé. Jusqu'à présent, McArthurGlen et Outletcity AG ont remporté cette compétition. Aucun autre opérateur n'a encore pu faire tomber ces deux-là de leur trône ! »*

Le rapport complet « Outlet Centre Performance Report Europe 2025 » avec toutes les évaluations détaillées et les commentaires approfondis sera disponible à partir de la fin avril 2026 au prix de 250 € (plus TVA). Les précommandes sont déjà possibles dans la boutique en ligne ecostra. Le rapport est disponible uniquement en version imprimée.

Tableau: Le top 20 des centres outlet les plus performants économiquement en Europe du point de vue des locataires 2025

Rang Europe	Ville - Centre Outlet	Pays	Opérateur	Note moyenne**
1	La Roca del Vallès – La Roca Village	Espagne	Value Retail	1,25
2	Roermond – McArthurGlen Roermond	Pays-Bas	McArthurGlen	1,65
3	Parndorf – McArthurGlen Parndorf	Autriche	McArthurGlen	1,72
4	Las Rozas – Las Rozas Village	Espagne	Value Retail	1,83
5	Bicester – Bicester Village	Royaume-Uni	Value Retail	1,86
6	Vila do Conde / Movidas – Porto Fashion Outlet	Portugal	VIA Outlets	1,89
7*	Castel Romano – Designer Outlet Castel Romano	Italie	McArthurGlen	1,91
7*	Noventa di Piave – McArthurGlen Noventa di Piave	Italie	McArthurGlen	1,91
9	Villefontaine – The Village	France	La Compagnie de Phalsbourg	1,94
10*	Metzingen – Outlets Metzingen	Allemagne	Outlets AG	2,00
10*	Serravalle Scrivia – Designer Outlet Serravalle	Italie	McArthurGlen	2,00
10*	Piaseczno – Designer Outlet Warszawa	Pologne	ROS	2,00
10*	Alcochete – Freeport Lisboa Fashion Outlet	Portugal	VIA Outlets	2,00
10*	Landquart -Landquart Fashion Outlet	Suisse	VIA Outlets	2,00
10*	Cannock – West Midlands Designer Outlet	Royaume-Uni	McArthurGlen	2,00
10*	Ellesmere Port – McArthurGlen Cheshire Oaks	Royaume-Uni	McArthurGlen	2,00
17	Kildare – Kildare Village	Irlande	Value Retail	2,13
18	Douains – Designer Outlet Paris-Giverny	France	McArthurGlen	2,14
19	Roppenheim – The Style Outlets	France	Neinver	2,15
20	Malaga – Designer Outlet Malaga	Espagne	McArthurGlen	2,22

* = 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

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

Top 3 en France 2025

Rang F	Rang Europe	Ville - Centre Outlet	Opérateur	Note moyenne**
1	9	Villefontaine – The Village	La Compagnie de Phalsbourg	1,94
2	18	Douains – Designer Outlet Paris-Giverny	McArthurGlen	2,14
3	19	Roppenheim – The Style Outlets	Neinver	2,15

* = 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 2025

Rang D	Rang Europe	Ville - Centre Outlet	Opérateur	Note moyenne**
1	10*	Metzingen – Outletcity Metzingen	Outletcity AG	2,00
2	21	Zweibrücken – Zweibrücken Fashion Outlet	VIA Outlets	2,24
3	22*	Stuhr-Brinkum – Ochtum Park Outlet Center	MiRo / SJ International	2,25

* = 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 2025

Rang UK	Rang Europe	Ville - Centre Outlet	Opérateur	Note moyenne**
1	5	Bicester – Bicester Village	Value Retail	1,86
2*	10*	Cannock – West Midlands Designer Outlet	McArthurGlen	2,00
2*	10*	Ellesmere Port – Designer Outlet Cheshire Oaks	McArthurGlen	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 Italie 2025

Rang I	Rang Europe	Ville - Centre Outlet	Opérateur	Note moyenne**
1*	7*	Castel Romano – Designer Outlet Castel Romano	McArthurGlen	1,91
1*	7*	Noventa di Piave – Designer Outlet Noventa di Piave	McArthurGlen	1,91
3	10*	Serravalle Scrivia – Designer Outlet Serravalle	McArthurGlen	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 Espagne 2025

Rang E	Rang Europe	Ville - Centre Outlet	Opérateur	Note moyenne**
1	1	La Roca del Vallès – La Roca Village	Value Retail	1,25
2	4	Las Rozas – Las Rozas Village	Value Retail	1,83
3	20	Malaga – Designer Outlet Malaga	McArthurGlen	2,22

* = 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 2025

Rang PL	Rang Europe	Ville - Centre Outlet	Opérateur	Note moyenne**
1	10*	Piaseczno – Designer Outlet Warszawa	ROS	2,00
2	31*	Gdansk (Szadółki) – Designer Outlet Gdansk	ROS	2,44
3	41*	Warszawa – Factory Warszawa Annapol	Neinver	2,56

* = 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

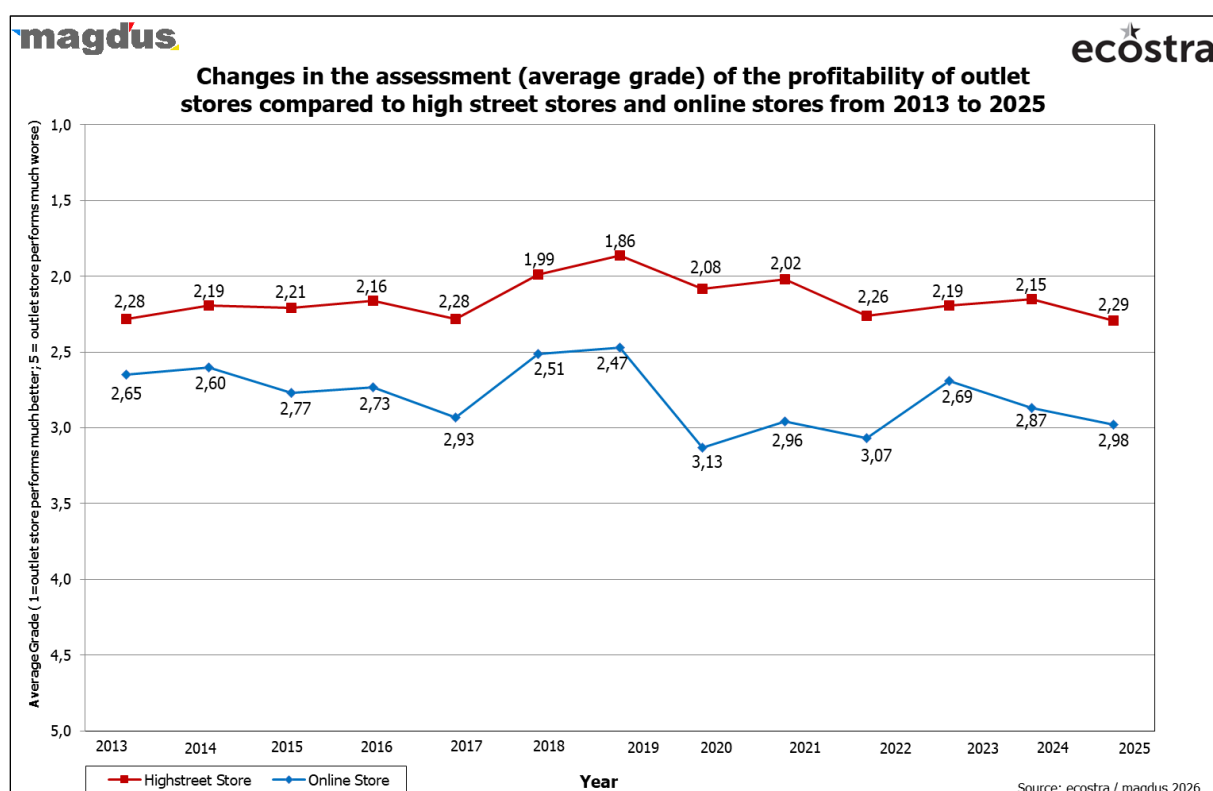
Tableau: Le 10 centres de marques les moins performants d'Europe du point de vu des locataires en 2025

Rang Europe	Ville - Centre Outlet	Pays	Opérateur	Note moyenne**
85	Les Clayes sous Bois – One Nation Paris	France	Catinvest	3,25
86	Nailloux – Nailloux Outlet Village	France	Advantail	3,38
87*	Franconville – Quai des Marques	France	Marques Avenue	3,50
87*	Glasshoughton-Castleford – Junction 32	Royaume-Uni	Multi-Realm	3,50
89	Radolfzell am Bodensee – Seemaxx Outlet Center	Allemagne	Kintyre	3,56
90	Saint-Julien-les-Villas – Marques Avenue Troyes Mode	France	Marques Avenue	3,60
91	Coquelles – Channel Outlet Store	France	Advantail	3,71
92	Aubergenville – Marques Avenue A13	France	Marques Avenue	3,89
93	L'Ile Saint Denis – Marques Avenue	France	Marques Avenue	4,29
94	Marl – Fashion Outlet Marl	Allemagne	Outlet Evolution Services	4,60

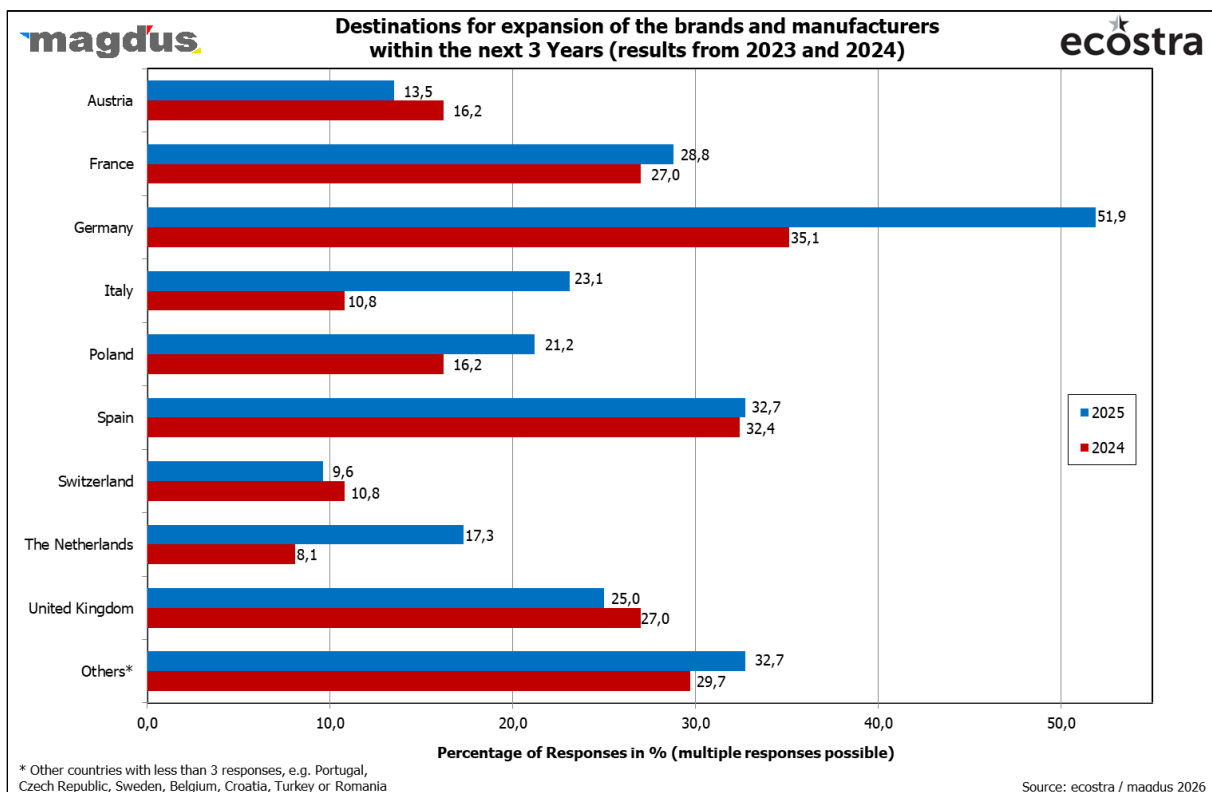
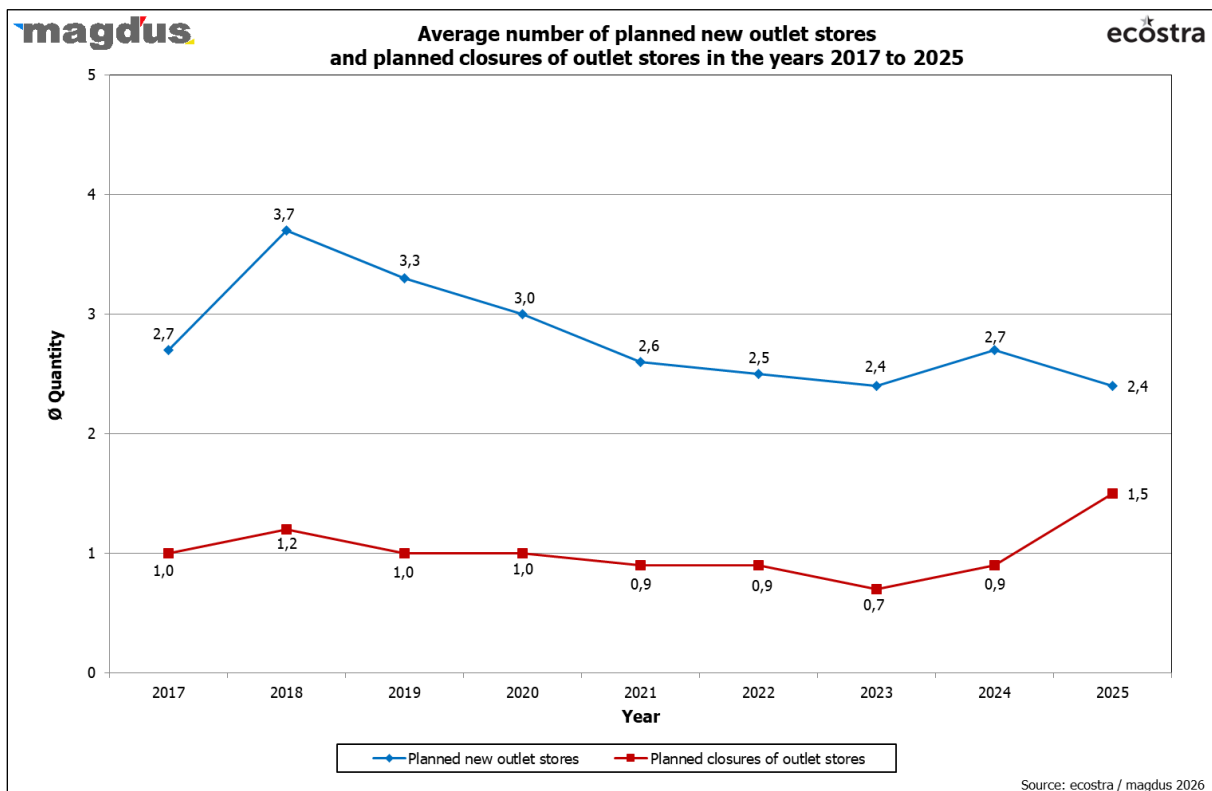
* = La note moyenne identique à celle d'un autre centre de marques mène à un classement double

** = 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



Légende : une valeur de 3,0 signifie que la rentabilité du canal de vente est identique à celle des outlets, une valeur < 3,0 indique que les magasins outlet sont proportionnellement plus rentables que les magasins traditionnels et le commerce en ligne.



Définition « Centre de marques » :

Les centres de marques (outlet centres) constituent des regroupements de boutiques de déstockage gérés de façon coordonnée et planifiée ou en corrélation sur le plan spatial avec plus de plus de 5 000 m² (= approximativement 6 000 m² de surface commerciale utile, GLA en anglais soit Gross Leasable Area) ou bénéficiant de plus de 20 magasins. Les fabricants et des détaillants verticalement intégrés y vendent des collections des saisons passées, des seconds choix, des invendus, etc. directement au consommateur, sans intermédiaire. Toutes les marchandises sont vendues avec une remise d'au moins 25 % tandis qu'un double étiquetage ("prix boutique" / "prix boutique de déstockage") est prescrit dans le contrat de bail. Les stratégies marketing de ces centres ciblent une zone supra-régionale voire au-delà pour attirer ses clients. La coordination, la gestion et le marketing sont effectués par le gestionnaire du centre.

ecostra : profil de la société

La société ecostra GmbH compte parmi les principaux cabinets de conseil en gestion pour le secteur de l'immobilier et du commerce de détail. Au-delà des missions de conseil quant à l'optimisation du réseau de détail existant d'entreprises, la production d'analyses liées à l'emplacement et d'études pour la planification d'expansion aussi bien que la faisabilité et les enquêtes de rentabilité pour des maîtres d'ouvrage, des prestataires de services financiers et des investisseurs, ecostra dispose également de concepts permettant d'analyser les chances et les risques pour l'activité des centres commerciaux, notamment lors d'un relancement possible de centre. En parallèle du secteur privé, ecostra travaille également pour le secteur public en fournissant des concepts de commerce de détail pour des villes et des régions et offre une expertise dans le cadre de procédures d'autorisation, des procédures au tribunal administratif et d'autres procédures juridique. L'échelle d'activité d'ecostra englobe tous les pays européens. Le siège de l'entreprise est la capitale de la Hesse, Wiesbaden.

À côté des centres commerciaux classiques, un centre de recherche dédié aux centres de marques a été élaboré par ecostra. La société a publié entre autres une étude fondamentale pour le compte du ministère fédéral allemand de la construction ainsi que des ouvrages et des articles divers relatifs aux conditions d'implantation, aux aspects opérationnels qu'il convient de mettre en place ainsi qu'à l'impact des centres de marques sur le commerce local et régional.

magdus : profil de la société

L'objectif de magdus, l'Observatoire européen des centres de marques et magasins d'usine, est d'étudier ce type d'équipements en Europe. Actualités sur le secteur et ses acteurs, chiffres-clés, entretiens avec des experts, études de conjoncture, magdus est LE point de référence pour le secteur.

Le but du colloque magdus est de créer un événement pour les professionnels du secteur afin qu'ils puissent échanger des informations. Équitable a lieu tous les deux ans à Paris, chaque édition a rassemblé 250 participants venant de toute l'Europe assister aux conférences bilingues menées par des intervenants reconnus, aux ateliers animés par des professionnels et ouverts aux échanges d'idées. La cérémonie des trophées magdus qui récompense les acteurs, des projets et les initiatives de l'année les plus remarquables ponctue chaque édition du colloque.

Contacts:

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