

*Communiqué de presse, 17 février 2021*

Selon une étude commanditée par le Conseil National des Centres Commerciaux :

**Forte résilience des centres outlets en 2020  
et  
ONE NATION PARIS OUTLET affiche la plus forte croissance des  
outlets en France**

Le CNCC a commandité auprès du cabinet d'étude NARVAL un rapport sur les performances des villages de marques en France sur l'année 2020. L'étude (jointe) relève et indique :

**« Les outlets, un secteur résilient pendant la crise » :**

*« 2020 a, à nouveau, confirmé la résilience du secteur de l'outlet pendant les crises. On l'a vu après la crise de 2008, l'outlet, qui associe marques de qualité et bas prix, est un modèle très attractif car il permet de continuer à se faire plaisir dans un environnement économiquement contraint. Cette volonté de renouer avec une consommation épicurienne (ou même juste nécessaire) tout en préservant son pouvoir d'achat s'est confirmée cette année, renforcée par un paramètre nouveau, celui de la sécurité. En effet, les villages et centres de de marques, de par leur configuration en extérieur, à ciel ouvert, ... ont attiré les consommateurs qui se sont sentis plus en sécurité que dans les centres villes ou les grands centres commerciaux et sont revenus dès les réouvertures dans une dynamique d'achat immédiat et non de repérage ou de promenade ».*

Les études clientèles réalisées par One Nation Paris Outlet (1) confirme le point relevé par l'étude sur la volonté des consommateurs, particulièrement prégnante depuis la sortie du premier confinement, de consommer mieux pour préserver leur pouvoir d'achat.

**L'étude reprend les croissances de chiffre d'affaires des outlets sur l'année 2020 et indique que One Nation Paris outlet a affiché la plus forte croissance du marché Français.**

Dans un marché où les commerces de mode ont reculé de 21,8 % (Source IFM) et où les centres villes et les centres commerciaux ont été particulièrement affectés, l'étude relève : *« Au final sur l'ensemble de l'année 2020, ..., si l'on regarde les périodes hors confinement sur les mois d'ouvertures des outlets, le chiffre d'affaires du secteur a enregistré une baisse de 3,8 %, certains centres générant même des croissances significatives du chiffre d'affaires (ONE NATION PARIS avec + 19 %, The Village avec + 17 %, Honfleur Normandie outlet à + 16 %,*

*Marques Avenue Romans et Nailloux + 6 %). En terme de trafic annuel, la baisse enregistrée s'inscrit à - 7 % avec des disparités selon la localisation des centres. »*

ONE NATION PARIS OUTLET a ainsi affiché, en 2020, les plus fortes croissances, tant en fréquentation (+16,7%) qu'en chiffre d'affaires (+ 18,82 %), du marché des outlets en France, une croissance également supérieure à celle de l'e-commerce (+ 8,5 % pour les ventes en ligne en 2020 selon la FEVAD). Interrogé sur ces bonnes performances, Philippe CATTEAU a déclaré :

« Le pouvoir d'achat important de la zone de chalandise de One Nation, l'Ouest parisien, qui lui permet de continuer à consommer malgré les difficultés économiques, nous a beaucoup aidé. La qualité de l'offre de grandes marques de mode, associée depuis octobre 2019 à la présence dans le centre de la plus grande parapharmacie de France, permettant aux clients de faire un shopping complet associant mode, beauté et bien-être et l'architecture du centre à ciel ouvert ont aussi été des atouts décisifs. La réactivité, tant de nos marques que de nos équipes, pour s'adapter à la situation a également permis d'aller chercher quelques points de croissance en plus. Le tout est une belle récompense d'un travail avant tout collectif ».

Interrogé sur les écarts significatifs de performance entre les outlets relevés par l'étude commanditée par le CNCC, philippe CATTEAU a ajouté :

« Je ne peux m'empêcher de noter que les deux meilleures performances du marché français sont l'œuvre de 2 outlets indépendants (One Nation Paris Outlet et The Village- NDLR). J'aime à penser que ce n'est pas le fruit du hasard et que l'avenir prouvera à ceux qui pourraient encore en douter, ainsi que cela a été le cas dans la grande distribution alimentaire, que la réactivité et l'engagement des indépendants crée une différence significative et plus marquée encore dans les périodes économiques chahutées ».

**(1) Enquête clientèle (455 clients interrogés en Mai 2020 et 261 en Décembre 2020) :**

- **68 % des clients interrogés** souhaitent réduire leur budget consacré au prêt à porter, les prix outlets leur semblent une bonne façon de le faire.
- **28% des clients interrogés** souhaitent consommer plus responsable et pensent que l'achat des excédents de production proposés par les outlets est une consommation plus respectueuse de l'environnement.

**Contact presse : Agence Allison+Partners France**

**Si vous souhaitez en savoir plus, organiser une interview ou recevoir des visuels**

Isabelle Dejeux : [isabelle.dejeux@allisonpr.com](mailto:isabelle.dejeux@allisonpr.com) - T : 06 08 16 91 28

Laurent Hess : [laurent.hess@allisonpr.com](mailto:laurent.hess@allisonpr.com) - T : 06 43 44 16 43

**Retrouvez toutes les informations ONE NATION PARIS OUTLET sur le site :**

**[www.onation.fr](http://www.onation.fr)**