

ONE NATION

PARIS

OUTLET

MERCREDI 24 MAI 2023

ONE NATION PARIS SURFE SUR LE SUCCÈS DES OUTLETS PREMIUM

Des résultats records avec une hausse de la fréquentation de +33% sur les 4^{ers} mois de l'année (et +51% sur le mois d'avril)

Malgré un contexte difficile pour le secteur du retail classique, l'outlet a le vent en poupe. Il apparaît aux yeux des consommateurs comme **la solution "bon plan" pour dépenser moins et mieux**. Fort de ce constat, le centre One Nation Paris

Outlet, l'exception française du monde de l'outlet, situé à 30 min de Paris et à 10 min de Versailles, **continue d'étoffer son offre** (mode, bien-être, cosmétique mais aussi restauration et épicerie) et attire ainsi de plus en plus les foules.



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

One Nation Paris, une fréquentation client historique

Après une très forte hausse de sa fréquentation en 2022, One Nation Paris Outlet bat ses précédents records avec des chiffres en forte croissance.

Résultats des 4^{ers} mois 2023 :

+33,07%

de trafic depuis le début d'année comparé à 2019, année devenue celle de référence dans le secteur du Retail (et +15,07% versus 2022, année qui avait pourtant déjà été marquée par une forte croissance de la fréquentation du centre).

Globalement la fréquentation du centre One Nation Paris Outlet au 30 avril 2023, correspond à celle atteinte le 11 juin en 2019 (année de référence du Retail). Le centre affiche ainsi en 4 mois **une avance de fréquentation d'un mois et 11 jours** laissant augurer une année 2023 en très forte progression.

Résultat d'avril 2023 :

+51,32%

vs 2019 (+20,45% vs 2022)

Ce succès tend à se renforcer en fin de période avec un mois d'avril très fort.

L'Outlet Premium : Un véritable plébiscite des consommateurs

Successivement, les crises sanitaires et économiques rejointes par l'inflation, ont placé la consommation des Français en berne. Cette mutation amène les consommateurs à repenser l'acte d'achat de façon raisonnée et plus responsable. Les Français réduisent leurs dépenses et se tournent vers l'outlet synonyme de "bons plans" : des produits de qualité à des tarifs réduits.

- En proposant **des prix en moyenne 50% moins élevés que dans le commerce classique**, l'outlet permet aux français de bénéficier d'**une inflation réduite de moitié elle aussi**.

- En proposant les **excédents de production de grandes marques**, l'outlet apparait comme **une alternative plus responsable que la fast fashion** pour réduire son budget habillement.

Pour ce qui est du "consommer mieux", One Nation Paris vient satisfaire le souhait de ses clients en quête de sens, souhaitant tout particulièrement soutenir le commerce français et pratiquer une consommation plus durable.

- Le centre met régulièrement en avant **ses marques françaises et son appartenance à une famille française** (seul centre détenu et géré par une famille française contrairement à la plupart des autres outlets, propriétés de grands groupes anglais et américains).

- La mise en avant de son **partenariat long-terme avec la Croix-Rouge** : le centre propose à ses clients de déposer leurs anciens vêtements à l'espace Accueil et ainsi bénéficier d'une remise supplémentaire de 10% pour les remercier de leur don destiné aux vesti-boutiques sociales et solidaires de la Croix-Rouge Française (déjà 4,4 tonnes de vêtements collectés depuis la mise en place du partenariat en avril 2022).

One Nation Paris, un succès renforcé par une offre dynamique et diversifiée

One Nation Paris, combinant plus de 400 marques différentes et mixant enseignes premium et enseignes plus accessibles, continue d'adapter son offre aux besoins des clients.



DES MARQUES DE MODE :

Dans un environnement économique global peu engageant pour les marques de prêt-à-porter, One Nation Paris parvient à attirer des enseignes très convoitées comme l'attestent les dernières ouvertures (11 nouvelles enseignes en 2022 et 2 nouvelles depuis début 2023) :

- **Sonia Rykiel** et **Maison Margiela** ont choisi One Nation Paris pour s'implanter pour la 1^{ère} fois en outlet,
- **Outly**, le leader européen de l'optique en outlet a également choisi One Nation Paris pour ouvrir ses portes, en avril 2023, pour la 1^{ère} fois en Ile-de-France et ainsi présenter aux clients ses lunettes de marques de luxe (**Gucci, Ray Ban, Fendi, Jimmy Choo...**)
- **Jack & Jones** - la confrérie du jeans a rejoint One Nation Paris, en avril 2023, pour compléter l'offre jean du centre (auprès de grandes marques déjà présentes telles que Levi's, Pepe Jeans et G-Star)



DES MARQUES DE COSMÉTIQUES / BEAUTÉ

Au-delà de l'habillement, et pour le plus grand plaisir de ses clients, One Nation Paris propose une offre inédite en matière de cosmétiques et de bien-être, d'une variété sans équivalent à prix réduits :

- **La plus grande parapharmacie discount de France***, ParaOne (2.000m², a ouvert en 2019)
- **L'implantation de The Cosmetics Company Store** (ouverture en janvier 2022), l'enseigne outlet du groupe Estée Lauder, propose des remises (-30 à -70%) toute l'année sur ses marques prestigieuses : **MAC, Tom Ford, Jo Malone, Origins...**



*au 22/04/2020, selon les données disponibles sur internet.

L'OFFRE RESTAURATION ET ÉPICERIE FINE

Le plaisir des clients, au-delà de celui généré par les prix réduits, est depuis la création de One Nation Paris au cœur de sa stratégie, tant ce dernier est une composante devenue indispensable pour une expérience de shopping familiale réussie.

Après l'ajout d'un **restaurant libanais, LouLicious** (en juillet 2022) proposant une cuisine faite maison, c'est l'enseigne **Marocaine Manaima** qui ouvrira prochainement avec son concept novateur de bar à couscous et tajines. Les visiteurs auront ainsi le choix entre 6 restaurants différents pour leur pause gourmande (Maison Foude, restaurant de burger et bar à salade ; la Trattoria locale, restaurant italien ; Eat Sushi ; Illy Café ; LouLicious et Manaima).

Au niveau de l'épicerie fine, la très qualitative enseigne de **pâtisseries portugaises Casa de Nata**, a également choisi One Nation Paris pour ouvrir le 12 mai dernier, son second salon (après celui de Paris il y a 3 ans) et vient ainsi compléter

l'offre déjà bien représentée et particulièrement appréciée par les clients (**Lindt, Haribo, Kusmi Tea et Olivier and Co**).



Perspectives 2023 et stratégie de renfort de l'offre des marques

À la lumière des résultats des 4^{ers} mois de l'année, le centre One Nation Paris revoit ses prévisions de fréquentation à la hausse et anticipe une progression du trafic d'environ 30% sur l'ensemble de l'année 2023 (par rapport à l'année 2019 devenue l'année de référence dans le domaine du retail). Au regard de l'évolution du profil de sa clientèle qui continue à monter en gamme (74,9% de CSP + et 37% de cadres, un record en France tous centres commerciaux confondus) One Nation Paris souhaite **renforcer son offre de marques haut de gamme et plus particulièrement dans le segment homme**. Plusieurs ouvertures de magasins, remplissant ces critères stratégiques, seront annoncées dans les mois qui viennent.

*Les très bons chiffres de la fréquentation du centre sont le reflet de notre volonté de nous adapter en permanence aux attentes des consommateurs et à celles des clients du centre : **une offre taillée sur mesure** pour des consommateurs matures qui appréhendent mieux que jamais la valeur des choses et qui privilégient le made in France tout autant qu'une démarche globale respectueuse de l'environnement. J'ai la prétention de croire qu'**une entreprise française et familiale** comme la nôtre à plus de proximité, de réactivité et de sincérité que ses concurrents anglo-saxons et que les clients le constatent et le ressentent. Le différentiel de croissance qu'affiche notre centre par rapport à ses concurrents semble indiquer que c'est bien le cas, et j'en suis ravi.*

Philippe Catteau, Président Directeur Général CATINVEST / ONE NATION PARIS



À PROPOS DU CENTRE

Sur 24 000m² GLA, le centre ONE NATION PARIS accueille aujourd’hui 98 magasins proposant près de 400 marques premium françaises et internationales dédiées à l’univers du lifestyle et de la mode. Toute l’année, ces marques proposent aux clients de ONE NATION PARIS OUTLET des prix inférieurs de -30% minimum à -70% comparés aux prix pratiqués dans les réseaux traditionnels, selon les périodes et les boutiques.

À PROPOS DE CATINVEST



ONE NATION PARIS est la propriété de la foncière privée familiale française Catinvest qui en assure également la direction et la gestion. Avec plus de 1100 baux sous gestion, Catinvest a bâti un patrimoine immobilier de grande qualité, qui lui offre aujourd’hui la capacité d’accélérer son développement. Catinvest est une foncière familiale.



CONTACT PRESSE

AGENCE PAPERAGAYO COMMUNICATION

Carine Arasa – carine@paperagayo-rp.fr

Laurie Berthe – laurie@paperagayo-rp.fr

Juliette Verrier – juliette@paperagayo-rp.fr