







# CENTRES DE MARQUES FACTORY OUTLET CENTRES



**Enquête de conjoncture européenne**  
**Second semestre 2006**  
**N°4**

*NB : L'ensemble des informations contenues dans ce rapport sont issues de l'enquête de conjoncture, adressée aux responsables des centres de marques européens et portant sur le second semestre 2006. La pertinence de celles-ci sont donc tributaires de la qualité des réponses apportées par les responsables, que nous remercions pour leur collaboration.*

### Analyse globale : Tous les voyants au vert...optimisme de rigueur

	Second semestre 2006			Premier semestre 2007		
						
Evolution du chiffre d'affaires	<b>75%</b>	20%	0%	<b>67%</b>	33%	0%
Evolution de la fréquentation	<b>64%</b>	7%	29%	X	X	X
Evolution du panier moyen	<b>82%</b>	9%	9%	X	X	X
Evolution de l'emploi	<b>47%</b>	<b>47%</b>	6%	47%	<b>53%</b>	0%

#### A retenir :

- Le secteur des centres de marques en Europe se porte bien : aucune baisse de chiffre d'affaires n'a été enregistrée au cours du second semestre 2006 et aucune n'est à prévoir pour le semestre à venir
- Outre le chiffre d'affaires, tous les autres indicateurs économiques (fréquentation, panier moyen et emploi) ont affiché une hausse lors du dernier semestre de l'année 2006



















	Second semestre 2006
Niveau de commercialisation	97,2%
Nombre moyen de visiteurs	890 000
Panier moyen	86 €
Emploi total par m <sup>2</sup>	1 pour 48 m <sup>2</sup>

## Analyse par pays

### Synthèse des données par zone de cohérence

Trois zones de cohérence ont été définies à partir du panel :

- Le Royaume-Uni et l'Irlande ;
- L'Europe Continentale (Allemagne, Autriche, Belgique, France, Hongrie, Pays-Bas, Pologne, République Tchèque et Suisse) ;
- L'Europe du Sud (Espagne, Grèce, Italie, Saint Marin et Portugal).

	Royaume-Uni et Irlande	Europe Continentale	Europe du Sud
Evolution du chiffre d'affaires au second semestre 2006			
Perspective d'évolution du chiffre d'affaires au premier semestre 2007			
Evolution de la fréquentation au second semestre 2006			
Evolution du panier moyen au second semestre 2006			
Evolution de l'emploi au second semestre 2006			
Perspective d'évolution de l'emploi au premier semestre 2007			
Conjoncture actuelle	Bonne	Moyenne	Bonne

## A retenir :

- Quelque soit la zone géographique concernée, l'activité des centres de marques fait état d'une bonne santé. En effet, mise à part la fréquentation qui stagne en Europe Continentale ainsi qu'au Royaume-Uni et en Irlande, tous les indicateurs économiques sont en hausse.
- Contrairement aux deux autres zones géographiques, la situation en Europe Continentale revêt quelques contrastes. Si les pays d'Europe de l'Est, à l'instar de la Pologne, poursuivent leur croissance sur un très bon rythme, il n'en est pas de même pour des pays comme l'Allemagne ou encore le France qui connaissent quelques difficultés. En dépit d'une augmentation de leur panier moyen, les centres français ou allemands ont vu leur fréquentation diminuer. Raison pour laquelle leurs responsables qualifient la conjoncture actuelle de moyenne.

## **Actualités du premier semestre 2007**

### **Ouverture prochaine de nouveaux centres de marques**

#### Printemps 2007

La Noria Outlet Shopping – Murcia (Espagne)

Factory Lubon – Lubon (Pologne)

The Outlet – Bandbridge (Royaume-Uni)

[www.the-outlet.co.uk](http://www.the-outlet.co.uk)

Aubonne Outlet Centre – Aubonne (Suisse)

#### Eté 2007

Park Avenue Fashion Outlet – Barakaldo (Espagne)

Ballymac Shopping Outlet – Dundalk (Irlande)

[www.ballymacshoppingoutlet.com](http://www.ballymacshoppingoutlet.com)

Designer Outlet Wolfsburg – Wolfsburg (Allemagne)

## **A noter dans vos agendas**

