

Bezannes, 11 mai 2026

## MALMÖ DESIGNER VILLAGE CÉLÈBRE SON « TOPPING OUT » : LE PREMIER VILLAGE OUTLET PREMIUM DE SCANDINAVIE CONFIRME SON OUVERTURE EN MAI 2027 ET ANNONCE DE NOUVEAUX PARTENAIRES DE MARQUE

Le développement phare de FREY dans le sud de la Suède franchit une étape majeure avec l'achèvement de sa structure principale, célébré lors d'une cérémonie « Topping Out », le 6 mai 2026. La Phase 1, représentant 18 000 m<sup>2</sup> GLA et près de 90 boutiques, ouvrira en mai 2027. À terme, le projet atteindra 26 000 m<sup>2</sup> et plus de 130 marques. Malmö Designer Village sera la destination outlet premium de référence en Scandinavie, au cœur d'un bassin de 3,8 millions d'habitants et de plus de 10 millions de visiteurs annuels.

FREY célèbre une étape déterminante dans la réalisation de Malmö Designer Village, son développement emblématique de nouvelle génération en Scandinavie, avec l'achèvement de la structure principale du site. La cérémonie de Topping Out marque bien davantage qu'un jalon de construction : elle concrétise une vision stratégique portée de longue date par le Groupe : créer, au cœur de la région de l'Øresund, une destination retail iconique, durable et résolument tournée vers l'avenir.



De gauche à droite : Antoine Frey, Président-directeur général de FREY ; Emil Norén, directeur chantier chez Veidekke ; Jenny Olsson, Directrice marketing d'Øresundsbron ; et Annesofie Thuresson, Présidente du comité exécutif municipal.

## UNE DYNAMIQUE COMMERCIALE QUI CONFIRME L'ATTRACTIVITE DU PROJET

À l'occasion de cette étape structurante, Malmö Designer Village annonce l'arrivée de Tommy Hilfiger et Calvin Klein parmi ses enseignes locomotives, venant renforcer une sélection de marques déjà engagées comprenant notamment Adidas, Under Armour, Oscar Jacobson, NN.07, Bruun & Stengade, DK Company, Levi's, Jack & Jones, Only, Home & Cook et Orrefors.

Cette dynamique commerciale confirme la confiance des marques dans la vision portée par FREY et dans le potentiel structurel d'un marché scandinave encore largement sous-équipé sur le segment outlet premium.

## UNE ÉTAPE SYMBOLIQUE POUR UN PROJET DE LONG TERME

Organisée sur site, la cérémonie a réuni les équipes de FREY, les partenaires de construction, les représentants institutionnels, les marques partenaires et les principaux acteurs économiques régionaux.

L'événement a été ouvert par Antoine Frey, PDG de FREY, qui a rappelé l'importance stratégique du projet dans le cadre de l'expansion européenne du Groupe et son ambition de redéfinir le commerce outlet premium en Scandinavie. Les perspectives institutionnelles et régionales ont été présentées par Annesofie Thuresson, Présidente du comité exécutif municipal de Kävlinge, et Jenny Olsson, Directrice marketing d'Øresundsbron.



La cérémonie s'est conclue par l'installation d'une capsule temporelle au cœur de la future place centrale du village, symbole de la vision long terme qui guide le développement de Malmö Designer Village.

« Malmö Designer Village est un projet auquel nous croyons profondément depuis son origine. Le franchissement de cette étape majeure confirme qu'une conviction stratégique, portée par la vision d'un marché à fort potentiel encore peu adressé, se concrétise aujourd'hui en une réalité tangible. Nous construisons en Scandinavie ce qui n'existe pas encore : une destination premium unique et différenciante, conçue pour permettre aux marques d'exprimer leur identité, leur positionnement et leurs standards. Nous la développons dans une logique de long terme, comme une plateforme durable de création de valeur pour les marques, pour la région et pour la croissance future. », Antoine Frey, PDG de FREY.

« Il s'agit d'un développement emblématique pour Kävlinge. Malmö Designer Village apporte une valeur durable à notre communauté et montre ce que le partenariat public-privé peut accomplir lorsque ambition et vision commune s'alignent. Nous sommes fiers de voir cette destination prendre forme dans notre municipalité et nous nous réjouissons d'accueillir des visiteurs venus de Scandinavie et d'ailleurs. », Annesofie Thuresson, Présidente du comité exécutif municipal de Kävlinge.

## OUVERTURE DE LA PHASE 1 AU PRINTEMPS 2027, UNE VISION FINALE DE 26 000 M<sup>2</sup>

Malmö Designer Village ouvrira en deux phases :

- Phase 1 (printemps 2027) : environ 18 000 m<sup>2</sup> GLA et près de 90 boutiques, offrant dès le premier jour une expérience outlet premium complète et soigneusement sélectionnée.
- Phase 2 : ajout de 8 000 m<sup>2</sup>, portant le développement total à 26 000 m<sup>2</sup> GLA et plus de 130 marques internationales et scandinaves.

La destination est conçue dans la tradition des villages européens et s'inspire de l'architecture scandinave. Elle proposera des rues commerçantes à ciel ouvert, des jardins paysagers et un environnement à taille humaine conçu pour favoriser un temps de visite prolongé.

### Les équipements comprendront :

- Un food hall soigneusement sélectionné,
- Des espaces pour enfants,
- 2 000 places de stationnement.

## UNE VISION EUROPÉENNE DU RETAIL DURABLE

Fidèle à l'ADN de FREY, la durabilité est intégrée au cœur du projet :

- Objectif de certification BREEAM Excellent,
- Recours à la géothermie et à l'énergie solaire,
- Utilisation de matériaux bas carbone,
- Infrastructures favorisant les mobilités durables,
- Plantation de près de 300 arbres sur l'ensemble du site.

Développé selon le framework Greencenter® de FREY, Malmö Designer Village incarne pleinement la stratégie du Groupe : créer des destinations commerciales à impact positif, créatrices de valeur économique, environnementale et territoriale.

## UN PROJET CONÇU POUR DEVENIR LA DESTINATION PREMIUM DE L'ØRESUND

Implanté à Löddeköpinge, au cœur de l'un des corridors économiques les plus dynamiques d'Europe du Nord, Malmö Designer Village bénéficie d'un positionnement exceptionnel :

- À 20 minutes de Malmö,
- À 50 minutes du centre de Copenhague via le pont de l'Øresund,
- À 40 minutes de l'aéroport international de Copenhague,
- Avec un accès direct à l'autoroute E6.

Le projet s'adresse à une zone de chalandise de 3,8 millions d'habitants et à un bassin touristique de plus de 10 millions de visiteurs annuels, générant 26 millions de nuitées, dont 59 % de visiteurs internationaux.

À moyen terme, le tunnel du Fehmarnbelt renforcera encore l'accessibilité du site vers l'Allemagne du Nord.

« Le pont de l'Øresund relie deux pays et deux économies, et il a toujours été bien plus qu'une simple infrastructure. Alors que Malmö Designer Village se prépare à ouvrir, nous constatons une convergence évidente avec ce que nous savons déjà de la mobilité transfrontalière : les personnes traversent entre la Suède et le Danemark pour travailler, pour la culture, et de plus en plus, pour vivre des expériences exceptionnelles. Un outlet premium de cette qualité correspond parfaitement au type de destination qui renforce l'attractivité de notre région. », Linus Eriksson, Directeur général d'Øresundsbron.



*Malmö Designer Village : une destination FREY, cérémonie de Topping Out, 6 mai 2026*

### **PARTENAIRES DE MARQUE ET PROPOSITION COMMERCIALE**

À la suite de la cérémonie de Topping Out, une session exclusive réunissant les partenaires de marque a permis d'explorer le potentiel commercial du projet ainsi que les perspectives de croissance structurelle du marché outlet scandinave.

Une table ronde et une séance de questions-réponses ont réuni notamment :

- NN.07,
- Sunglass Hut,
- DK Company.

Ensemble, ces enseignes constituent les premières pierres d'un mix commercial soigneusement sélectionné, destiné à faire de Malmö Designer Village la nouvelle référence outlet en Scandinavie.

*« La Scandinavie mérite un outlet premium de véritable niveau européen. Nous avons choisi Malmö Designer Village parce que nous croyons dans ce marché, dans cet emplacement et dans la capacité de FREY à créer une destination à la hauteur des marques qu'elle accueillera. », Alexander Evans, Directeur Retail, NN.07.*

### **UNE NOUVELLE ETAPE DANS L'AMBITION EUROPEENNE DE FREY**

Avec plus de 40 destinations dans 10 pays européens, et à la suite des acquisitions stratégiques réalisées dans le secteur outlet, FREY poursuit son ambition de s'imposer parmi les leaders européens de cette classe d'actifs. Malmö Designer Village constitue aujourd'hui le projet greenfield le plus emblématique du Groupe et une nouvelle démonstration de sa capacité à identifier, développer et opérer des destinations retail premium sur des marchés à fort potentiel.

## À propos de FREY

FREY est une foncière cotée, leader européen des destinations commerciales premium, retail parks et villages outlet. Le Groupe développe, investit et exploite plus de 40 destinations dans 10 pays, représentant plus de 1,2 million de m<sup>2</sup> de surfaces commerciales et 2,6 milliards d'euros d'actifs (part de Groupe). Chaque année, près de 140 millions de visiteurs fréquentent ses sites, faisant de FREY une plateforme européenne de retail performante, au service des marques, des investisseurs et des territoires. Certifiée B Corp, FREY conjugue vision d'investissement à long terme et développement bas carbone. Reconnue comme un pionnier de l'immobilier commercial de nouvelle génération, l'entreprise s'appuie sur l'innovation, la data et une compréhension fine des modes de vie et des flux touristiques européens pour concevoir des destinations qui accompagnent la croissance des marques, internationales comme locales. Née en France et inspirée par l'art de vivre européen, FREY est la maison française qui façonne une nouvelle génération de destinations retail et lifestyle — là où l'Europe prend vie. FREY est cotée sur le compartiment B d'Euronext Paris. ISIN : FR0010588079 — Mnémo : FREY

## À propos de MALMÖ DESIGNER VILLAGE – Fiche projet

<b>Ouverture – Phase 1</b>	Mai 2027 · 18 000 m <sup>2</sup> GLA · ~ 90 boutiques
<b>Ouverture complète</b>	26 000 m <sup>2</sup> GLA · 130+ marques · Date à confirmer
<b>Localisation</b>	Löddeköpinge, Skåne, Suède · 20 min de Malmö · 50 min de Copenhague via le pont de l'Øresund · 40 min de l'aéroport de Copenhague · Accès direct à l'autoroute E6
<b>Zone de chalandise</b>	0,8 M d'habitants à 30 min · 2,8 M à 60 min · 3,8 M à 90 min
<b>Tourisme</b>	+10 M de visiteurs par an · 26 M de nuitées annuelles (rayon de 60 min) · 59 % de visiteurs internationaux
<b>Pôle commercial existant</b>	Löddeköpinge Retail Hub : 4,1 M de visiteurs par an
<b>Offre commerciale</b>	+130 marques internationales et scandinaves · Remises de 30 à 70 % sur les prix de vente conseillés · Toute l'année · 2 000 places de stationnement
<b>Architecture</b>	Village à ciel ouvert · Jardins paysagers · Food market SMAK & HYGGE · Espaces dédiés aux enfants · Architectes : Holder Mathias, Londres
<b>Durabilité</b>	Objectif de certification BREEAM "Excellent" · Géothermie · Énergie solaire · FREY : entreprise certifiée B Corp
<b>Marques engagées</b>	Tommy Hilfiger · Calvin Klein · Adidas · Under Armour · Oscar Jacobson · NN.07 · Bruun & Stengade · DK Company · Levi's · Jack & Jones · Only · Home & Cook · Orrefors
<b>Emploi</b>	~ 1 200 emplois directs et indirects (estimation Phase 1)
<b>Partenaire construction</b>	Veidekke, Oslo
<b>Direction de projet</b>	Sustend, Malmö
<b>Développeur / Investisseur / Opérateur</b>	FREY · Coté sur Euronext Paris, Compartiment B · Certifié B Corp · +40 destinations en Europe · 2,6 Md€ d'actifs (quote-part Groupe) · <a href="http://www.frey.fr">www.frey.fr</a>
<b>Site internet</b>	<a href="http://www.malmodesignervillage.com">www.malmodesignervillage.com</a>

## CONTACTS PRESSE :

Marine Giraud – Directrice Communication : [m.giraud@frey.fr](mailto:m.giraud@frey.fr)