

<http://www.laprovence.com/article/economie/4202436/miramas-le-village-des-marques-baptise-provence-ouvrira-au-printemps.html#next>  
16 nov 2016

## Miramas : le village des marques baptisé "Provence" ouvrira au printemps

**Michael Natas, directeur général de McArthurGlen, annonce l'ouverture de 120 boutiques. 600 emplois sont prévus**



La "place du luxe", puisque telle est son nom, est en voie d'achèvement. Les boutiques seront au rez-de-chaussée. Photo Frédéric Speich



Michael Natas, directeur général de McArthurGlen /

Les maisonnettes au look provençal, qui abriteront les boutiques, sont presque terminées. Le mur végétal, oeuvre du botaniste Patrick Blanc, qui marquera l'entrée imposante, aussi.

Un an après la pose de la première pierre, le chantier du village de marques de Miramas, baptisé "Provence", et qui a nécessité un investissement de 120 millions d'euros, se poursuit avec un peu d'avance sur les délais prévus.

Michaël Natas, directeur général de McArthurGlen n'annonce pas pour autant de dates d'ouverture. La fameuse liste, si attendue, des marques qui seront présentes est-elle aussi encore gardée secrète, même si à l'occasion du salon "Mapic" (Marché international de l'implantation commerciale et de la distribution), qui se tient d'aujourd'hui à vendredi à Cannes, les premiers noms ont été dévoilés en exclusivité pour "La Provence" (Lire par ailleurs). D'un coup de fil passé depuis Londres, dans un français parfait mâtiné d'un accent "so british", Mike Natas fait le point.

**L'an dernier, vous aviez annoncé une ouverture à l'été 2017. Mais il semble que vous ayez pris de l'avance...**

**Michael Natas :** Le chantier s'est effectivement très bien déroulé jusqu'à présent, grâce à l'entreprise Eiffage, mais aussi à votre météo...

Hormis les jours de mistral, qui ont gêné les travaux par moments, il ne pleut pas souvent chez vous ! Donc l'ouverture se fera plutôt au printemps. Quand ? Je n'ai pas encore de date à annoncer. Mais je peux simplement dire que ce pourrait être entre le début et le milieu du printemps !

### **Avec combien de boutiques ?**

M.N. : Comme prévu, avec 70 % de la totalité des espaces commercialisés, soit environ 120 à 125 marques, dont huit restaurants. C'est le chiffre que nous avons annoncé dès le départ et nous nous y tenons. Il augmentera ensuite au fur et à mesure du développement du site.

### **La liste des marques est restée longtemps secrète. Pourquoi ?**

M.N. : Oui, nous aimons rester patients et discrets... Les marques aussi.

### **Sur quels critères les avez-vous retenues ?**

M.N. : Notre volonté, c'est de créer une ambiance qualitative autour des secteurs du haut de gamme et du luxe.

### **C'est compatible avec une implantation à Miramas ? Vous disiez lors de la pose de la première pierre que pour vous Miramas, c'est mieux que Cannes...**

M.N. : Tout à fait ! C'est une image qui illustre bien notre métier. Les villages de marques ne sont jamais implantés dans les coeurs des grandes villes, mais souvent à leur périphérie, dans des endroits bien desservis. C'est le cas de Miramas. Il faut bien ensuite comprendre que notre zone de chalandise va bien au-delà de Miramas et des villes voisines.

### **Comment la définissez-vous, alors ?**

M.N. : Notre zone de chalandise locale comprend toutes les villes situées à une heure de route de Miramas. Soit Marseille, Aix, Avignon, mais encore Arles, Montpellier, Nîmes... Au-delà, nous ciblons une clientèle nationale, et internationale, et comptons sur une fréquentation comprise entre 2 et 2,5 millions de visiteurs par an.

### **Comment définissez-vous cette estimation ?**

M.N. : C'est un calcul que nous élaborons en fonction de plusieurs critères, dont l'importance de la zone touristique. En Provence, elle est forcément primordiale. Il y aura d'ailleurs un bureau du tourisme à notre entrée. Nous prenons d'autres aspects en compte, comme les accès, les implantations commerciales voisines... Avec 2,5 millions, Miramas sera au milieu de notre fourchette.

### **Parmi les visiteurs étrangers, quelle clientèle est la plus importante ?**

M.N. : Les plus grands groupes de consommateurs sont les Chinois et les Russes. Nous avons aussi les Ukrainiens, mais la situation de leur pays est difficile. Les Coréens, les Malaisiens sont aussi de fidèles clients de nos *outlet*. Tous viendront à Miramas !

### **Et y logeront-ils ?**

M.N. : Pour le moment, c'est difficile, puisqu'il n'y a pas d'hôtels, même si des projets existent. Mais ils trouveront des établissements dans toutes les villes alentours, jusqu'à Marseille même.

### **Est-ce qu'une ligne d'avion directe entre la Chine et Marseille pourrait ouvrir, spécialement pour le village de marques ?**

M.N. : Ce qui est sûr, c'est que le shopping de luxe outlet est apprécié par les Chinois. Je sais que la chambre de commerce de Marseille et l'aéroport travaillent sur le sujet, mais ce qui est sûr c'est qu'elle n'ouvrira pas spécialement pour le village de marques, mais pour un ensemble de choses. Le village de marques peut être l'un des atouts, une attraction majeure, mais ne peut être la seule.

**Où en sont les 600 embauches évoquées l'an dernier, lors de la pose de la première pierre ?**

M.N. : On fait un travail formidable avec la ville de Miramas notamment et Pôle emploi. Les premières embauches ont été réalisées, notamment pour notre propre compte, mais l'essentiel sera concrétisé au cours du premier trimestre 2017.

C'est quand les marques prendront possession de leurs locaux, qu'elles prendront un autre rythme. 600 embauches, c'est l'estimation de départ. Mais cela pourra augmenter lorsque de nouvelles marques nous rejoindront, dans un second temps.