

Publié le 24 janvier 2017

Honfleur Normandy Outlet, un village de marques de haut-de-gamme

Seul du genre dans le Grand Ouest français, le village de marques attend 2 millions de visiteurs par an dont 40 % d'étrangers. Ouverture des portes prévue fin octobre 2017. Aux commandes, la Shema gère le projet, de l'aménagement à la promotion.



Pas moins de 10 ans de combat auront été nécessaires pour voir sortir de terre **Honfleur Normandy Outlet**. L'explication ? Plusieurs recours, un promoteur qui jette l'éponge et de nombreuses péripéties judiciaires. Mais la **Shema** (Société hérouvillaise d'économie mixte pour l'aménagement) ne lâche pas le projet et réussit à le relancer en trouvant un fond d'investissement britannique et un opérateur spécialisé dans la commercialisation de centres de marques. « *De simple aménageur au départ, notre rôle s'est élargi au fil du temps. Cela a permis de faire aboutir le projet* », explique **Alain Kendirgi**, le directeur général de la Sem.

Une large place à la végétalisation

Situé au pied du Pont de Normandie, le futur complexe commercial se situe à 20 minutes du Havre, moins d'une heure de Caen et Rouen, et s'appuie sur une **zone de chalandise locale de 2,5 millions de consommateurs**, sans concurrence dans un rayon de 130 km.

Ce vaste projet, dont la réalisation revient à 45 millions d'euros, veut se différencier des autres villages de marques. **L'architecte Edouard François** accorde une large place à la biodiversité avec 4 000 arbres transplantés, et à la végétalisation de toutes les toitures, en s'inspirant du modèle de la rue médiévale et commerçante du vieux Honfleur.

L'outlet ouvrira ses portes fin octobre 2017 pour une première tranche de 60 boutiques de marques (13 000 m²) dont les Galeries Lafayette. Les deux tiers sont déjà commercialisés. Une seconde phase sera réalisée à l'horizon 2019-2020 pour l'accueil de 40 autres boutiques haut de gamme sur 6 000 m² supplémentaires. Si le succès est au rendez-vous, un terrain adjacent est même prévu pour un éventuel agrandissement !

Deux millions de visiteurs par an



La Shema voit grand en effet. Deux millions de visiteurs prévus par an dont 40 % d'étrangers, sachant qu'Honfleur en reçoit près de quatre millions. « *Nous voulons capter ce public potentiel, notamment en construisant des séjours touristiques afin de ne pas se limiter aux seuls déplacements au village de marques* », détaille Alain Kendirgi. Objectif affiché : devenir la nouvelle destination « tourisme et shopping » tendance en France ! À la clé également plus de 500 emplois directs créés à terme par le village de marques.

Le projet bénéficie du soutien de la ville et du département du Calvados. Ils disposeront même d'une **maison internationale du tourisme**, installée au sein de l'*outlet*. En revanche, certaines villes, au premier rang desquelles Le Havre, continuent de le voir d'un mauvais d'œil, craignant une perte de visiteurs. « *Cette inquiétude n'est pas fondée. Tout l'inverse peut se produire avec un afflux de nouveaux touristes qui profiteront à tout le monde* », conclut le directeur général de la Shema.