

Village de marques de Nailloux (31) : un audacieux pari sur l'avenir

Commerce. Situé à 30 minutes de Toulouse en bordure de l'A66, le futur village de marques de Nailloux, qui doit permettre de brader les surstocks des grandes marques européennes et américaines d'habillement, mise sur le tourisme commercial.

Son fût rouge se voit de loin et c'est fait pour. Le moulin de Nailloux, érigé sur une éminence à quelques centaines de mètres du péage de Nailloux sur l'autoroute A66, à la convergence de l'A61 et de la route de l'Andorre, doit servir de phare pour les touristes qui traversent la région. Un repère qui leur signalera l'entrée du village de marques de Nailloux, un projet d'équipement commercial de grande ampleur qui devrait ouvrir ses portes en septembre 2010. Sur 22 500 m², 130 boutiques, restaurants et services devraient y trouver place, mais également une crèche municipale et un espace touristique. En rayon, les fashionistas devraient y trouver, bradés à -30 % les surstocks des grandes marques françaises et étrangères de l'habillement. Un projet à 50 M€ et 10 mois de travaux qui doit permettre la création de plus de 500 emplois sur le site et d'un millier en comptant les emplois induits.

Ce projet ambitieux, porté par la Sanoux, une société d'aménagement fondée par Philippe Peyrot, le président de la Cogep, une société toulousaine de promotion immobilière, et commercialisé par Franck Verschelle, PDG d'Advantail, une société spécialisée dans les villages de marques, a séduit les élus locaux, mairie de Nailloux et communauté de communes

Colaursud, qui en ont fait l'un des moteurs de leur développement économique. Un enthousiasme qui n'a pas toujours été partagé. Un Comité d'opposition aux villages de marques du Sud-Ouest s'est élevé contre les différents projets de villages de marque qui ont fleuri ces dernières années, à Nailloux comme à Saverdun en Ariège, jusqu'au maire de Toulouse de l'époque qui a ouvertement manifesté son opposition au projet nailloux-sain, susceptible selon lui de « déstabiliser l'organisation commerciale de l'agglomération toulousaine ».

UN DÉLAI PLUS LONG POUR SIGNER

Peine perdue. Autorisation de la CDEC et permis de construire en poche, la Sanoux, propriétaire des terrains, a poursuivi son projet, malgré un retard sur le planning initial. Après huit mois de terrassements, les travaux devraient débuter à la rentrée et l'ouverture, initialement prévue en avril 2010 est reportée au mois de septembre 2010. Côté commercialisation, Franck Verschelle affirme que l'opération séduit. « Le projet est sans concurrence sur tout le Sud-Ouest, explique le responsable. Il correspond à une demande des consommateurs européens et des marques. » Pour beaucoup des enseignes



internationales, espagnoles, anglaises, danoises, dont certaines ne sont pas implantées en France et situées dans le moyen et haut de gamme. Même si Franck Verschelle reconnaît que dans le contexte actuel, « c'est plus long de signer, les partenaires prenant plus de temps à la réflexion. » Mais, rassure le dirigeant, les marques connaissant un an à l'avance seulement l'état de leur surstock, « c'est en août et septembre qu'aura lieu le second rush de commercialisation. »

Qui verra-t-on se presser dans les allées de ce village de marques en quête de bonnes affaires? Selon son promoteur,

le Moulin de Nailloux attend 1,5 million de visiteurs et vise, au-delà de la Ville rose, « une clientèle composée à plus 50 % de personnes situées à l'extérieur de la zone de chalandise classique, à savoir l'h 30, les flux traversant, ceux qui jusqu'à présent ne passent pas très loin mais ne s'arrêtent jamais. Mais ce n'est pas parce qu'on est au bord de l'autoroute et qu'on fait signe, que les gens s'arrêtent. Il faut organiser tout ça et travailler le marketing. »

Cette vocation à capter le tourisme commercial, le Conseil régional l'a bien compris, qui a décerné au projet nailloux-sain le label relais des Grands Sites

de Midi-Pyrénées. Au sein du village de marques, un espace sera ainsi dédié à l'information touristique pour inciter les consommateurs à prolonger leur séjour en visitant d'autres grands lieux de la région, et, « inversement, les Grands Sites de Midi-Pyrénées se chargeront de promouvoir notre image ». À proximité de ce dernier, la communauté de communes des Coteaux du Lauragais Sud a, du reste, prévu d'autres équipements pour asseoir l'offre de séjour, avec notamment la construction d'un hôtel, d'une résidence touristique d'une centaine de logements et d'un golf 18 trous.

Alors, même si l'idée de faire une bonne affaire en achetant à prix cassé du haut de gamme de l'année dernière peut tenter les Toulousains, les Midi-Pyrénéens succomberont-ils à l'attrait du shopping version outlet stores américains? Cette troisième mouture des villages de marques qui cherche à « rompre avec l'image des magasins d'usine installés à l'époque dans les bassins de reconversion textile » entend « casser les codes des centres commerciaux » et proposer « une idée de sortie familiale plus décontractée ». De quoi menacer les commerçants déjà en place? « Les marques ne signeraient pas avec nous si cela représentait un danger pour leur magasin de centre ville ou autre. Or à ce jour, elles signent... » Réponse en septembre 2010. **AGNÈS BERGON**

POUSSÉE DÉMOGRAPHIQUE

Le territoire de Colaursud devrait voir sa population (estimée à 6 000 habitants) doubler d'ici à 2012. Le projet du Moulin de Nailloux s'inscrit donc dans le cadre du schéma de cohérence territoriale du Lauragais, qui doit tendre à améliorer son ratio emploi par habitant, de 4,5 emplois pour un habitant actuellement, à 3,5 pour 1.