

Christophe Girard, directeur du village de marques « Roppenheim The Style Outlets »

« Il nous tarde d'être le 15 juin »

by Correspondances - mercredi, juin 10, 2020

<http://correspondances.fr/christophe-girard-directeur-du-village-de-marques-roppenheim-the-style-outlets/>

Christophe Girard dirige le « Roppenheim The Style Outlets », un village de marques bas-rhinois de plus de 100 boutiques pour 650 salariés. Situé à la frontière entre le Bas-Rhin et le Bade-Wurtemberg, le centre a accueilli 2 millions de visiteurs, dont 740.000 clients allemands. Le directeur a hâte de rattraper le temps perdu.

Votre centre a rouvert le 15 mai dernier, mais vous êtes resté coupé de votre clientèle allemande. Parviendrez-vous à compenser cette perte ?



Il nous tarde d'être le 15 juin, bien sûr ! La clientèle allemande a représenté 37 % de la fréquentation du centre l'an dernier. Autant dire que nous attendons avec impatience la réouverture de la frontière voisine de quelques mètres de notre site. Nous sommes confiants quant à notre capacité de rattraper le temps perdu. Notre profil de visites est constitué de personnes qui reviennent quatre à cinq fois par an. Deux rendez-vous phares habituels avec les Allemands n'ont pu être honorés : celui des vacances de Pâques et également celui du pont de la Fête-Dieu, situé cette année autour du ... 11 juin. Mais il reste de nombreuses occasions pour retrouver un rythme de fréquentation normal. Lors d'un sondage, 80 % de nos clients se sont déclarés prêts à revenir déjà à court terme, avant l'été. La réouverture des restaurants et lieux touristiques en France représente aussi une bonne nouvelle : pour la clientèle allemande, passer par la frontière pour venir à Roppenheim est vécu, plus largement, comme l'occasion de découvrir les atouts gastronomiques et touristiques de proximité côté français.

Par ailleurs, seuls 6 % de nos visiteurs viennent de plus loin que la France et l'Allemagne : nous ne sommes pas un outlet center de type « touristique », une catégorie qui souffre davantage des conséquences de la pandémie.

Craignez-vous une prudence à l'achat ?



Si un comportement sélectif développait, notre centre tirerait bien son épingle du jeu, car notre profil d'offre, qui consiste à proposer de grandes marques à moindres prix, y est bien adapté. Mais, sur les premiers temps de la réouverture, nous constatons au contraire que les clients achètent plus. Nous rencontrons moins des visiteurs qui se contentent de voir ce qui est exposé en devantures des boutiques. En somme, je n'ai pas de craintes quant à la poursuite de notre dynamique commerciale.

Comment s'est organisée la réouverture ?

Le personnel, d'abord réduit à 10 personnes, est revenu progressivement dans la première quinzaine de mai, de façon à permettre la réouverture le 15 mai. En effet, nous n'avons pas souhaité le faire dès le 11 mai car de nombreuses boutiques n'étaient pas prêtes, et l'expérience d'autres centres commerciaux a montré que rouvrir à moitié n'était pas positif. Dès le 15 mai, 90 des 103 magasins ont pu accueillir les visiteurs. Nous avons décidé de rendre le port du masque obligatoire à l'intérieur des boutiques, ce qui correspond à la règle qui a prévalu en Allemagne. Ainsi, nos visiteurs d'Outre-Rhin ne seront pas déstabilisés.

Propos recueillis par Mathieu Noyer