



BÉRÉNICE

POUR LA VILLE & LE COMMERCE

LA FABRIQUE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT

COMPTE-RENDU DES ATELIERS DES 19 ET 20 SEPTEMBRE 2016

Illustré par :

f. Bellin 2016 
pour clearmindfactory.com
#clearmindfactor

Ce compte-rendu rapporte les principaux points de débat et de propositions exprimés lors des ateliers organisés dans le cadre de la Fabrique du Commerce et de l'Artisanat les 19 et 20 septembre 2016. Les illustrations sont extraites des panneaux dessinés **par Frédéric Bellier de Clearmind Factory** traduisant visuellement ces échanges.

Ce compte-rendu à été complété par les remarques (souvent concordantes, mais parfois complémentaires) formulées par les habitants via la **Plateforme citoyenne**, ou issues de **l'enquête menée par le Conseil de développement de la Région Mulhousienne**.



LA FABRIQUE du COMMERCE et de L'ARTISANAT

ATELIER "OFFRE"

LUNDI 19 SEPTEMBRE
2016

MULHOUSE

Achat sur internet
Réception 24h/24 au centre ville

RENFORCER L'IDENTITÉ DES CENTRALITÉS, en centre-ville mais aussi dans les quartier voire les centres-bourgs

Selon leurs spécificités ou leur « histoire commerciale », compléter l'offre par des activités différenciantes, en étudiant deux à trois filières porteuses :

- Identifier les besoins et les filières/porteurs de projets, les lieux et capacités d'accueil,
- Monter concrètement les projets et les faire connaître

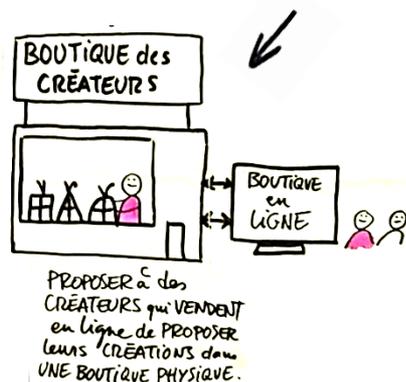
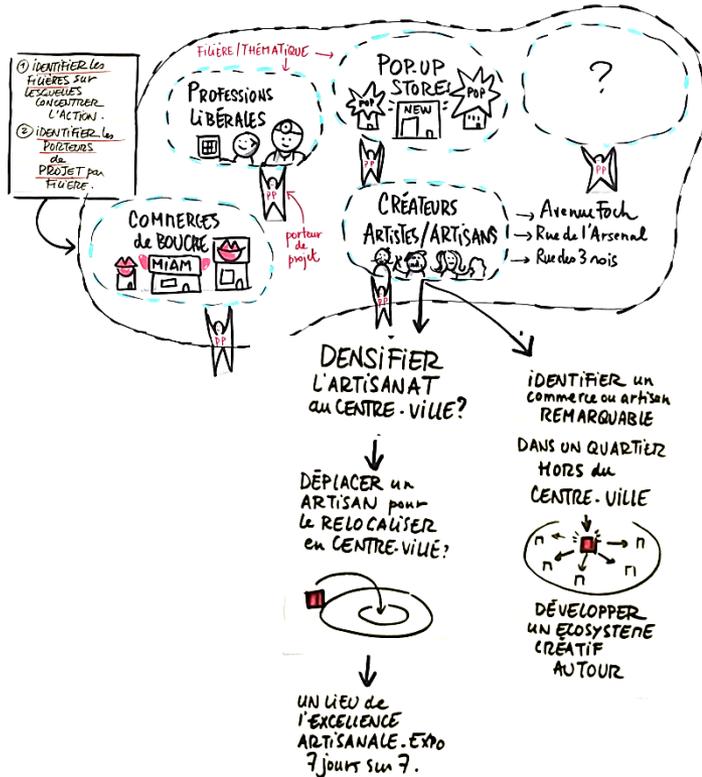
LES PISTES DE DÉVELOPPEMENT / DIVERSIFICATION :

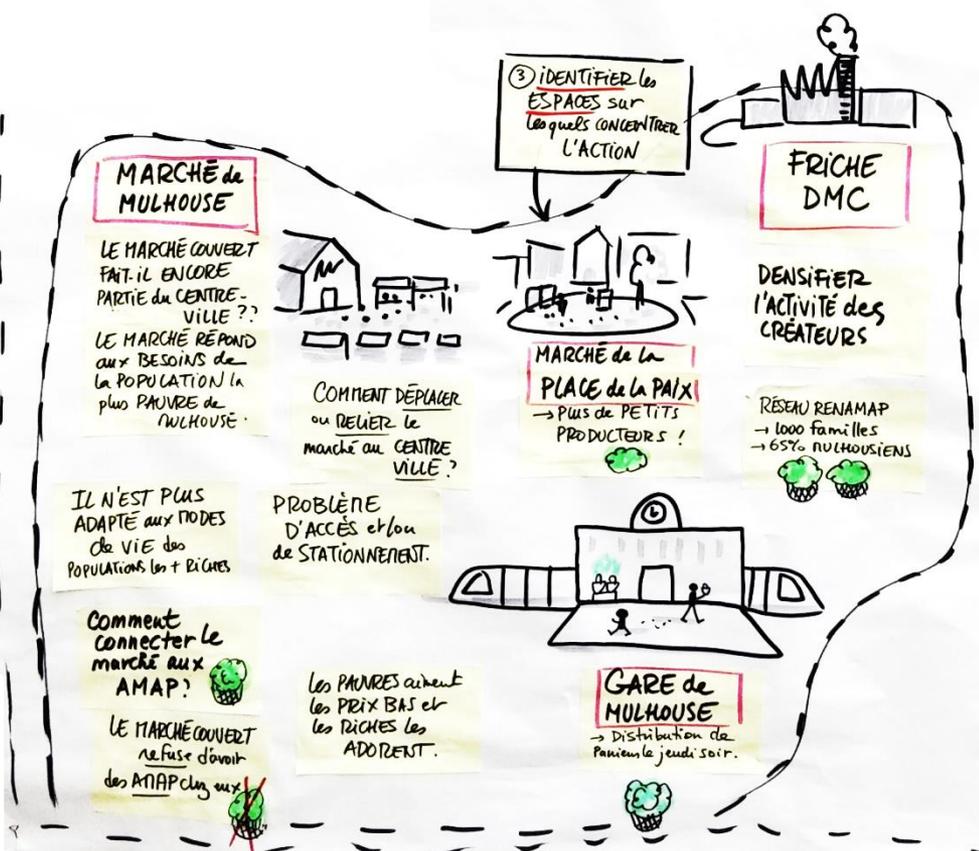
En centre-ville :

- Produits locaux : « **made in Mulhouse** », « Made in Alsace »
- Commerces indépendants
- Commerces de bouche : boulangerie traditionnelle, fruits et légumes
- Quincaillerie, jardinage, sport
- Professions médicales
- Produits bio
- Un / des lieux d'exposition pour les artistes et artisans locaux (avec un site internet pour relayer l'information)
- Commerce éphémère ou participatif (rue des Trois Rois, avenue Foch, rue de la Moselle ?), à proposer à des commerçants/artisans du net
- Produits touristiques
- Loisirs, bowling, expositions, ...
- Une gamme de produits diversifiés, à destination de toutes les clientèles (y compris modestes), des jeunes comme des plus âgés

Dans les quartiers :

- Boulangerie traditionnelle, produits bio, épicerie
- Produits locaux
- Valoriser les commerçants/artisans remarquables et uniques pour encourager d'autres activités à se raccrocher à cette dynamique





RELANCER L'ATTRACTIVITÉ DU MARCHÉ DU CANAL COUVERT :

Un lieu important mais qui ne bénéficie pas assez à l'image du territoire/de la ville, dont l'offre a besoin d'être ajustée, et qui présente des signes de dysfonctionnements en termes d'accessibilité (offre de stationnement insuffisante), de sécurité (problème de mendicité), etc..

Plusieurs leviers d'actions sont suggérés :

- Mettre en valeur l'offre des producteurs
- Mieux exploiter le parking Buffon, proche du marché et qui offre beaucoup de disponibilités le samedi matin
- Améliorer les conditions d'accès au parking, pour y accéder comme pour le quitter
- Mieux le relier au centre-ville en revoyant sa localisation

DÉVELOPPER L'OFFRE DES MARCHÉS DU CENTRE-VILLE ET DES QUARTIERS

Une offre plus complète, y compris en bio et produits locaux

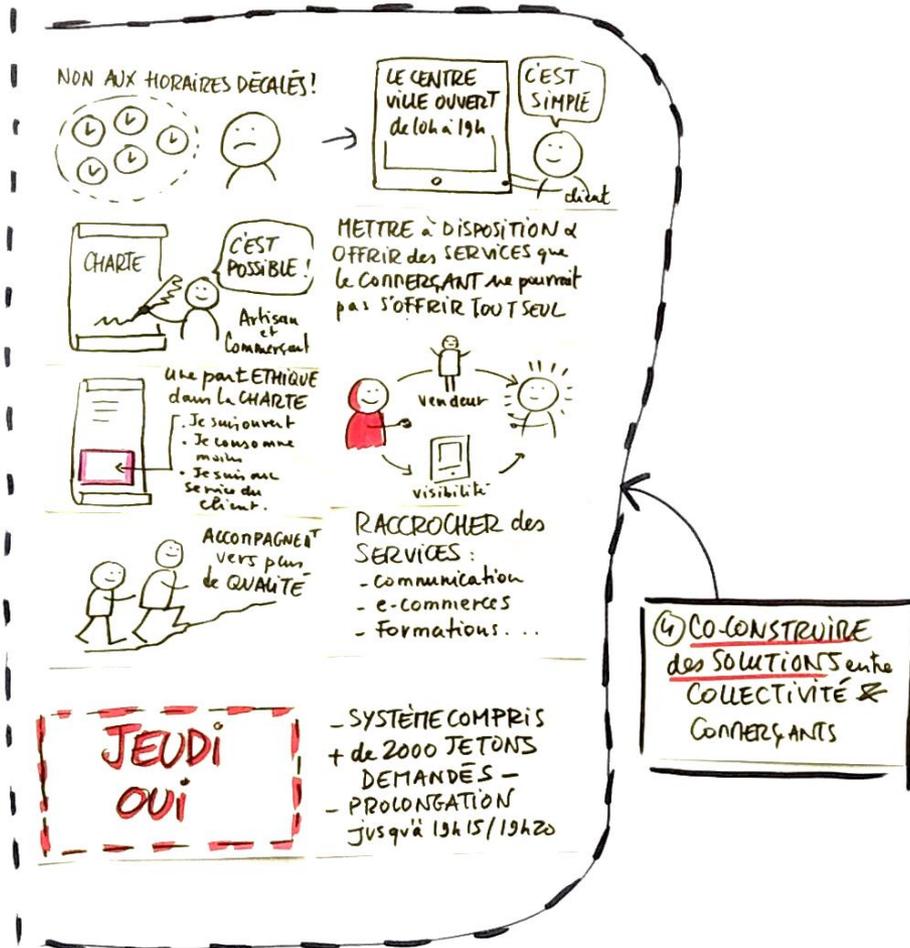
CHARTRE (1/3) :

Etablir une charte de qualité des commerces du centre-ville, listant les engagements des commerçants en matière :

- De qualité de l'accueil (notamment la pratique des langues étrangères),
- D'horaires d'ouverture, plus tardives le soir, pendant la pause méridienne, mais aussi ouverture continue ou tout du moins élargie) pour les restaurateurs. Proposer également d'élargir les horaires d'ouverture les jours de manifestations culturelles ou festives en centre-ville (y compris le dimanche)
- De participation aux actions d'animation (Jeudi Oui, notamment)

Prévoir des contreparties pour les commerçants les plus vertueux, sur le principe du donnant-donnant : les commerçants qui jouent le jeu de la charte bénéficient de services, d'action de formation, de communication

L'utiliser comme **un outil de promotion des meilleurs commerçants**, avec notamment vitrophanie sur la vitrine



- 1. Renforcer l'identité des centralités par des activités différenciantes** en étudiant deux à trois filières porteuses (commerces de bouche, commerce créatif, artisanat, artistes ...) : identifier les besoins et les filières / porteurs de projets , les lieux et capacités d'accueil, monter concrètement les projets et les faire connaître
- 2. Relancer l'attractivité du marché du canal couvert** : un lieu important mais qui ne bénéficie pas assez à l'image du territoire / de la ville et qui présente des signes de dysfonctionnements
- 3. Une charte de qualité (1/2)** : pour améliorer/valoriser l'accueil, les horaires d'ouverture, et la participation aux actions d'animation, en prévoyant des contreparties pour les commerçants les plus vertueux

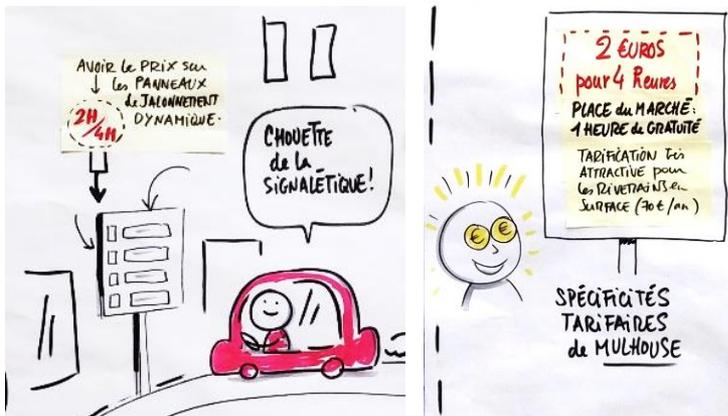
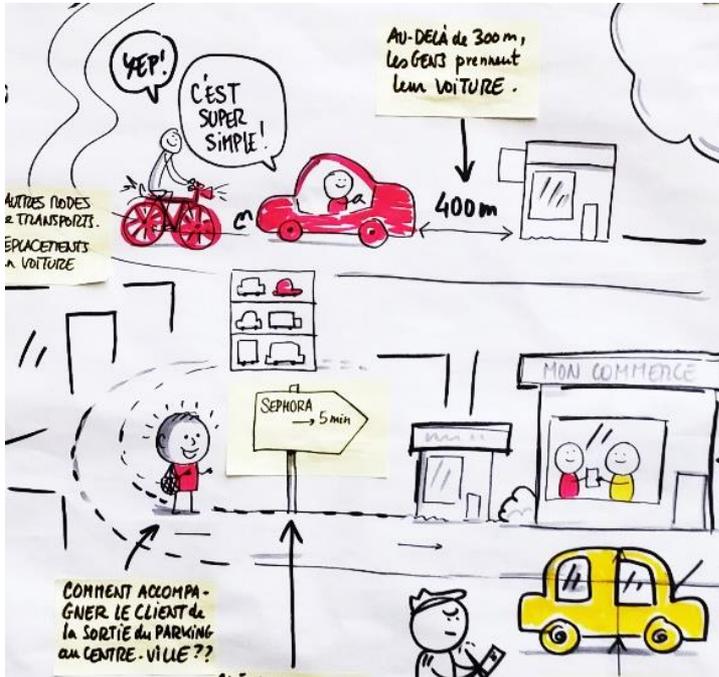


LA FABRIQUE du COMMERCE et de L'ARTISANAT

ATELIER "MOBILITÉS"

LUNDI 19 SEPTEMBRE
2016





L'OFFRE DE STATIONNEMENT EXISTE EN CENTRE-VILLE MAIS ELLE DOIT ÊTRE MIEUX MISE EN VALEUR

Le centre-ville offre huit places de stationnement pour un commerce, ce qui est au dessus de la moyenne des agglomérations comparables

→ l'offre existe mais la plupart des parkings sont sous-utilisés, en particulier le parking Buffon, tandis que le parking des Maréchaux sature.

Propositions d'intervention, pour changer les habitudes des consommateurs:

- **Signalétique en amont** (aux entrées la ville) tous les parkings desservant les commerces de centre-ville (Buffon, parking du centre (en travaux), parkings gare (nouvellement aménagé), Porte Jeune) - Positionner plus en amont les « points de choix » entre parkings Buffon et Maréchaux
- **Revoir le circuit d'accès aux parkings**, notamment aménager une échappatoire dans le parcours d'accès aux Maréchaux
- Flécher et **aménager les parcours piétons** entre sortie de parking et rues commerçantes
- **Mettre en place une signalétique globale** identique pour les parkings desservant le centre-ville, reprenant l'offre tarifaire 4h/2€
- **COMMUNIQUER sur le prix du stationnement**, toujours perçu comme cher malgré le coût très incitatif
- **Des tickets stationnement gratuits** pour les parkings péricentraux, distribués par les commerçants membres des associations
- **Faire connaître la disponibilité** du parking Buffon les jours de marché
- **Rassurer les usagers** des parkings, notamment ceux du parking relai Kinépolis
- Mieux faire connaître **la navette et les parkings relais**



PLUS DE TOLÉRANCE POUR DIMINUER LE NOMBRE DE VERBALISATION POUR LE STATIONNEMENT MINUTE :

- Pour les **commerçants**, stationnement minute à proximité de leur commerce (à signaler par un « macaron commerçant ») lorsqu'ils sont en livraison « express »
- Pour le retrait rapide de marchandises **par les clients**, par exemple en étendant la zone rouge de manière à desservir notamment les commerces de produits lourds ou encombrants

FACILITER L'USAGE DU VÉLO EN VILLE :

- Plus d'arceaux vélos, plus de **parkings vélos** gardiennés, pourquoi pas en silo ?
- Des **itinéraires mieux signalés** et mieux aménagés, pour la sécurité des cyclistes et des piétons

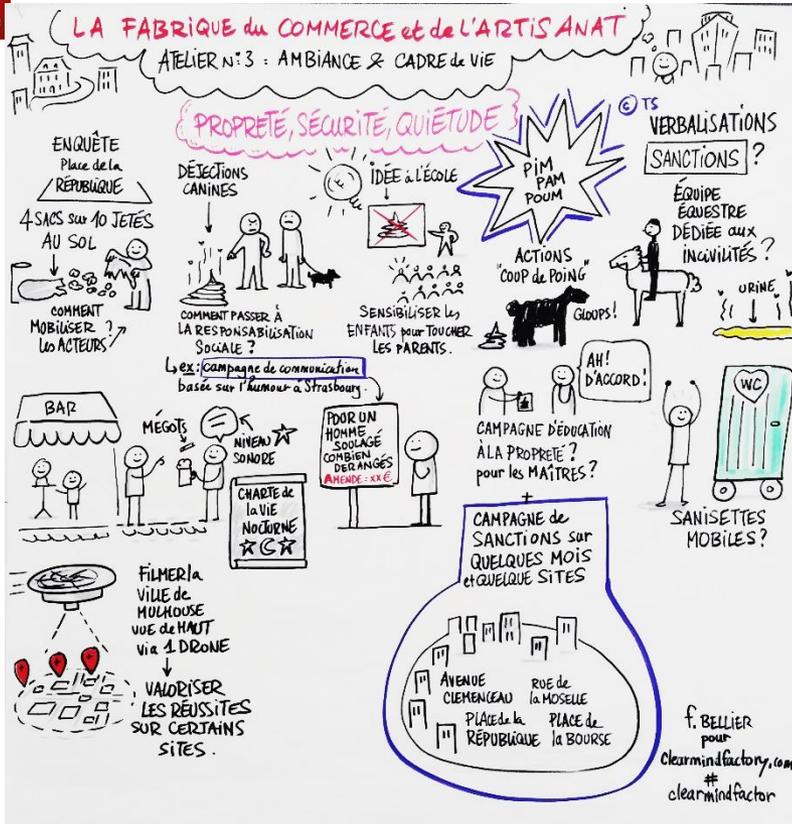
POURSUIVRE LA MISE EN ACCESSIBILITÉ DES RUES ET COMMERCES DU CENTRE-VILLE :

- Dispositifs pour palier la présence de marches à l'entrée de certains commerces
- Vérifier l'**accessibilité tous publics** des rues ou places pavées
- Piétonniser les petites rues commerçantes

Les priorités d'intervention :

1. **Améliorer l'accès aux parkings centraux et particulièrement celui des Maréchaux** : sens de circulation automobile, etc..
2. **Travailler au positionnement du parking Buffon comme un véritable parking « d'entrée du centre-ville »**, et aussi plus synergique avec le marché. Renforcer la communication et la visibilité du parking Buffon, travailler le cheminement vers le centre-ville.
3. **Proposer une politique tarifaire incitative pour le client de la part des commerces** : par exemple, prévoir la possibilité pour les commerçants d'offrir aux clients des tickets de stationnement pour les parkings proches du centre-ville
4. **Afficher plus de tolérance au niveau de la verbalisation** pour le stationnement minute des commerçants à proximité de leur commerce (à signaler par un « macaron commerçant ») et pour le retrait rapide des marchandises





METTRE EN PLACE UN PLAN DE PRÉVENTION ET D'ACTION EN FAVEUR DE LA PROPRETÉ ET DE LUTTE CONTRE LES INCIVILITÉS

Sensibilisation :

- Utiliser les relais des écoles pour faire de la pédagogie et sensibiliser les jeunes,
- Campagne de communication institutionnelle,
- Actions de mobilisation citoyenne

Sanction :

- Présence sur le terrain pour verbaliser les auteurs d'incivilités (ou leurs maîtres...) – pourquoi pas une brigade équestre
- Campagne de sanctions sur quelques mois et sur quelques sites prioritaires

PERSONNES EN SITUATION D'ERRANCE SUR LA VOIE PUBLIQUE :

Une problématique importante pour le centre-ville, car ces incivilités renvoient aux usagers un sentiment de mal-être ou d'insécurité

Mais pas de solution préconisée lors des ateliers, en dehors de l'accompagnement social déjà mis en place par la collectivité

COLLECTE DES CARTONS DANS LES RUES MARCHANDES

Poursuivre le travail en développant les points de collectes, mais en revoyant leur format





RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DU CENTRE-VILLE COMME UNE DESTINATION « LOISIRS » : TOURISTIQUE, CULTURELLE, RÉCRÉATIVE ET FESTIVE

1. Charte (2/2) : développer le confort et l'animation des rues marchandes et des espaces publics centraux

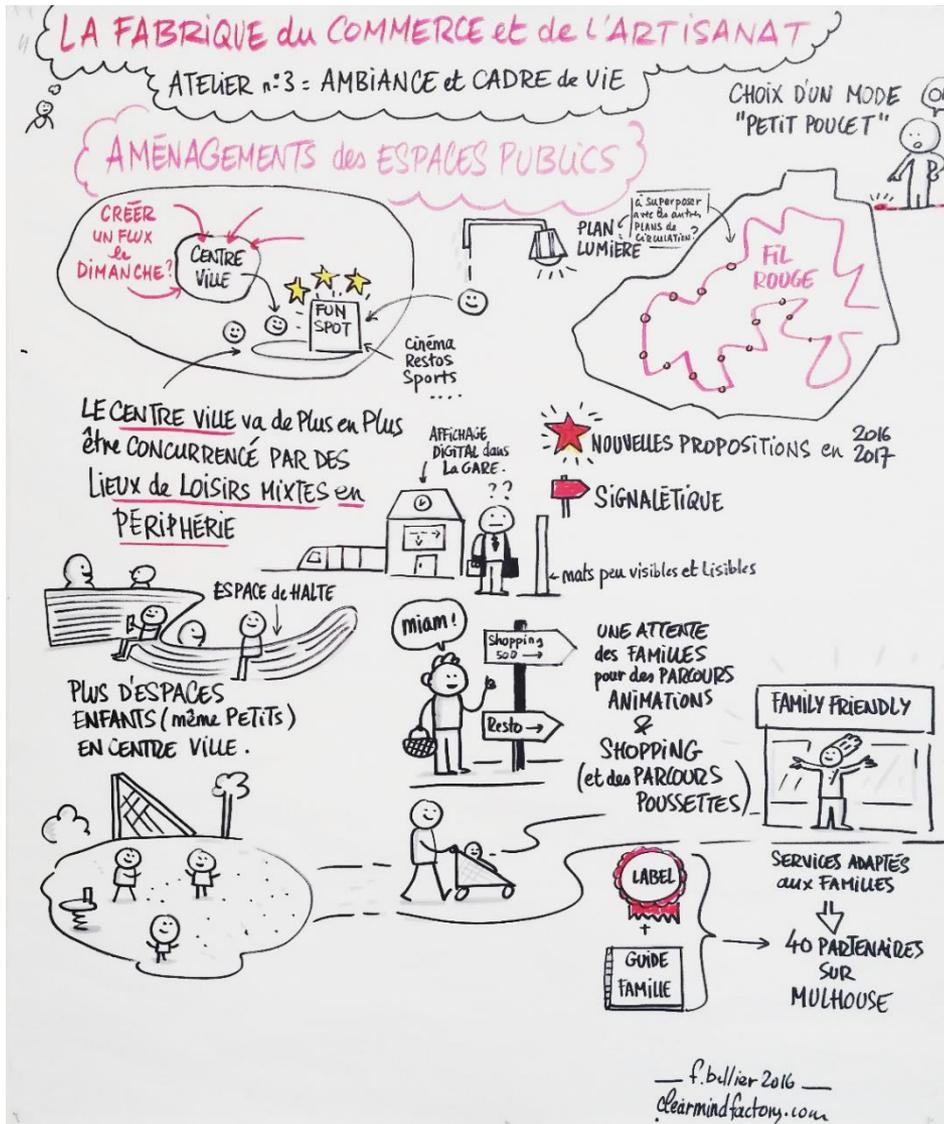
- travailler à l'aménagement et tenue des terrasses couvertes,
- élargir les périodes d'autorisation des terrasses
- Permettre de diffuser de la musique lorsque le commerçant respecte les mesures de prévention des nuisances sonores



2. Renforcer l'animation en période hivernale :

comme certaines villes du « Nord » (Lille), Mulhouse doit devenir une ville animée y compris en soirée et en saison froide /

- **Proposer de nouvelles actions d'animation** (pas seulement commerciales, mais également culturelles, sportives, ...) en dehors de l'été et des fêtes de fin d'année
- **Étudier l'implantation de Food Trucks en centre-ville**, par exemple dans le cadre d'une animation à laquelle pourraient participer les restaurants et bars du centre-ville



3. Miser sur l'accueil des familles, qui se tournent souvent vers le commerce de périphérie, jugé plus accessible et plus adapté par les parents :

- **Accessibilité** des espaces publics aux poussettes
- Plus d'**équipements** pour les enfants (table à langer, chaise haute) dans les restaurants et cafés, un menu enfant, ...
- Aménager des **nouvelles aires de jeux** (ou même parfois simplement un ou deux jeux) en centre-ville à proximité des commerces
- Valoriser les commerces, cafés et **restaurants où les enfants sont les bienvenus**, par un « label », l'inscription dans le guide Famille et dans un « parcours famille » à imaginer

4. Finaliser / faire le bilan du « fil rouge » et de la signalétique installée à cette occasion :

- Rendre plus visible ou renforcer la signalétique
- Travailler la cohérence avec le plan Lumière

5. L'enjeu du dimanche :

Favoriser la ballade en centre-ville le dimanche en faisant connaître les commerces ouverts le dimanche matin (un guide du dimanche), et les cafés-bars/restaurants ouverts à midi ou l'après-midi. Encourager les commerçants / restaurateurs à ouvrir le dimanche où des animations ont lieu en centre-ville

Les priorités d'intervention :

1. Mettre en place un **Plan de prévention et d'action en faveur de la propreté et de lutte contre les incivilités** : utiliser les relais des écoles pour faire de la pédagogie et sensibiliser les jeunes, mettre en place des actions de communication institutionnelles, ou encore des actions de mobilisation citoyenne
2. **Charte (2/2)** : travailler à l'aménagement et tenue des terrasses couvertes, élargir les périodes d'autorisation des terrasses
3. **Renforcer l'animation en période hivernale** : comme certaines villes du « Nord » (Lille), Mulhouse doit devenir une ville animée y compris en soirée et en saison froide