

**Observatoire
des impacts économiques
du tramway
de l'agglomération mulhousienne**

INTRODUCTION

La décennie en cours sera pour la Région Mulhousienne une période au cours de laquelle de projets et d'actions seront élaborés et réalisés pour doter ce territoire des atouts lui permettant de jouer pleinement son rôle d'agglomération principale de l'Alsace du Sud.

La réalisation d'un nouveau mode de transport, desservant à la fois les milieux urbain et périurbain, est l'un de ces projets structurants pour le développement futur de l'agglomération mulhousienne.

Cette nouvelle infrastructure de transport collectif, dont les travaux ont débuté en 2003, sera mise en service en 2005 pour la première tranche, et en 2010 pour l'ensemble du réseau tel que prévu.

Ce projet aura des répercussions sur les comportements des habitants de la Région Mulhousienne. Il aura aussi des effets sur le tissu économique, tant pour les commerces que pour l'artisanat et les services. La réalisation de ce projet sera également pour les entreprises qui participeront aux différents chantiers une part de leur activité.

Le SITRAM a souhaité mettre en place un observatoire des impacts du tramway de l'agglomération mulhousienne, et a mandaté l'Agence d'Urbanisme de la Région Mulhousienne (AURM) pour réaliser l'état initial de cet observatoire, en partenariat avec la CCI Mulhouse Sud Alsace, la Chambre des Métiers d'Alsace, la DDE du Haut-Rhin, l'INSEE Alsace et le CERTU.

L'objectif de cette démarche est, au-delà du constat, de proposer aux différents partenaires des clés de compréhension de l'évolution du tissu économique, afin que chacun puisse, le cas échéant, intégrer à ses actions les modifications de contexte.

La période de réalisation de cet observatoire des impacts économiques du tramway de l'agglomération mulhousienne est identique à celle d'une autre démarche engagée par l'AURM, à savoir la réalisation d'un observatoire des impacts urbains du tramway. Au fil des différentes réactualisations, chacune des démarches profitera des observations réalisées par l'autre..

Cet état initial dresse le portrait de la situation du tissu économique en 2002.



SOMMAIRE

■ Partie 1 : MÉTHODOLOGIE DE L'OBSERVATOIRE	7
Chapitre 1 : La démarche d'observation	9
Chapitre 2 : Méthodologie.....	13
■ Partie 2 : LE CONTEXTE LOCAL EN 2002	27
1. Les démarches de projet en cours	29
2. Les politiques sectorielles	31
3. Présentation synthétique du projet tram-train	33
■ Partie 3 : ETAT INITIAL	37
Chapitre 1 : Le couloir d'étude	39
Chapitre 2 : Les huit séquences.....	53
1. Séquence n°1	55
2. Séquence n°2.....	69
3. Séquence n°3.....	83
4. Séquence n°4.....	111
5. Séquence n°5.....	125
6. Séquence n°6.....	139
7. Séquence n°7.....	153
8. Séquence n°8.....	167
Chapitre 3 : Tableaux synthétiques des indicateurs.....	181
■ ANNEXES	187
Annexe 1 : Typologie de l'activité commerciale	189
Annexe 2 : Questionnaire auprès des usagers piétons du centre-ville.....	197
Annexe 3 : Questionnaire auprès des acteurs économiques	205





PARTIE 1

**MÉTHODOLOGIE
DE L'OBSERVATOIRE**





Chapitre 1

La démarche d'observation



La Loi d'Orientation des Transports Intérieurs (LOTI) du 30 décembre 1982 précise dans son article 14 que lorsque les grands projets d'infrastructures sont réalisés avec le concours de financements publics, un bilan des résultats économiques et sociaux doit être établi au plus tard cinq ans après leur mise en service. Ce bilan est rendu public.

C'est dans ce cadre législatif que s'inscrit cet observatoire des impacts du tramway de l'agglomération mulhousienne sur l'activité économique. Mais la dimension du projet dépasse largement ce cadre législatif, voulant faire de cet observatoire un véritable outil de veille et d'évaluation des transformations économiques éventuellement générées dans la proximité des lignes de tramway.

L'objectif vise à donner aux différents partenaires de la démarche des clés de lecture et de compréhension des évolutions de l'activité économique, leur permettant le cas échéant de mettre en place des actions d'accompagnement ou des actions complémentaires dans leur champ de compétence propre.

1. L'aire d'étude

Le tracé du tram-train dans sa partie urbaine concerne cinq communes : Illzach, Kingersheim, Mulhouse, Riedisheim et Wittenheim.

La commune de Riedisheim est concernée uniquement par une partie du tracé en bordure du ban communal, à l'écart des pôles d'activités industriels et commerciaux de la commune.

L'évaluation des effets des Transports en Commun en Site Propre (TCSP) se fera donc sur quatre communes sur cinq, à savoir Illzach, Kingersheim, Mulhouse et Wittenheim.

Afin de chercher à identifier des effets en lien avec la création du tram-train, les différents indicateurs économiques sont calculés à trois échelles géographiques pour permettre une comparaison :

- le premier niveau est l'ensemble des quatre communes afin de servir de donnée de cadrage ;
- la seconde échelle est un couloir de 150 mètres de part et d'autre de la ligne du tram ;
- la troisième échelle, la plus fine, est la séquence, subdivision du couloir d'étude.

Des observations sur des évolutions différentielles entre ces trois échelles peuvent alors être réalisées, et ainsi permettre la distinction entre les évolutions structurelles (c'est-à-dire liées aux mutations économiques générales) et les évolutions conjoncturelles (c'est-à-dire celles liées à la présence du tram).

2. La mise en place d'un partenariat actif

L'Agence d'Urbanisme de la Région Mulhousienne aborde cette étude avec tout le capital de connaissances dont elle dispose à propos de l'agglomération mulhousienne d'une part, et son expertise sur les sujets économiques, socio-économiques et transports. Pour autant, la mise en place de cet observatoire ne se limite pas à la seule intervention de l'AURM. La recherche d'un partenariat large est un préalable incontournable à l'efficacité d'un tel outil, mais aussi à l'appropriation de cet outil par les différents acteurs économiques concernés par l'arrivée d'une nouvelle infrastructure de transport collectif au sein de l'agglomération mulhousienne.

3. Le souci d'un observatoire permanent

Afin de répondre de la manière la plus satisfaisante aux obligations législatives, mais aussi de manière à être le plus utile possible aux différents partenaires, l'observatoire des impacts du tram sur l'activité économique est composé d'un état initial complet, transversal et réactualisable. Ainsi, aux différentes étapes de la réalisation de l'infrastructure de transport en site propre dans l'agglomération mulhousienne, des bilans pourront être réalisés, les données mobilisées et les typologies de l'état initial étant clairement identifiées et la méthode de traitement reproductible.

4. Organisation de la démarche

La mise en place d'un tel observatoire comprend deux étapes successives :

- la réalisation d'un état initial avant le début de la réalisation de l'infrastructure. A l'aide de différents indicateurs, l'état initial a pour objectif de présenter la situation de l'économie au sein du territoire regroupé des quatre communes concernées par le projet, au sein du couloir de 150 mètres de part et d'autre de la ligne de tram et au sein de chaque séquence. Les thèmes retenus pour cette présentation du tissu économique sont l'emploi, les marchés immobilier et foncier, le commerce et les flux piétonniers.
- la réalisation de plusieurs actualisations des indicateurs déterminés dans l'état initial à quelques dates-clé de la mise en oeuvre et la mise en service du tram-train.



Chapitre 2

Méthodologie



L'observatoire des effets du tram-train sur l'activité économique des secteurs traversés ou situés à proximité doit reposer sur un état initial rigoureux, véritable photographie de la structure du tissu économique des communes concernées avant le début des travaux du tram-train en 2003. Car dès les premières interventions et les premières déviations du trafic, l'activité économique est susceptible d'être influencée par la modification des flux de transport et des flux piétonniers. La date de réalisation de cet état initial, très proche du début des travaux, ne permet pas, par contre, de chercher à évaluer les stratégies d'anticipation qui ont pu être mises en œuvre par certains acteurs économiques.

1. Les découpages géographiques du territoire

a) Le couloir d'étude

Au regard de l'expérience tirée des observatoires similaires mis en place dans d'autres villes françaises, et en accord le maître d'ouvrage, les effets du tram sur l'activité économique seront recherchés et évalués à l'intérieur d'un périmètre de 150 mètres de part et d'autre de la future ligne du tram-train dans sa partie urbaine.

Cette distance à l'axe du tracé est indicative, et sera modulée en fonction des découpages infracommunaux les plus fins pour lesquels des données statistiques sont disponibles et géoréférencables. Ces ajustements des contours du périmètre seront essentiellement générés par la nécessité d'intégrer dans leur totalité les îlots bâtis situés en limite de couloir.

b) Le territoire de référence

Si l'observatoire veut avoir l'ambition de qualifier des impacts de l'infrastructure de transport en commun en site propre sur l'activité économique, la comparaison des évolutions des indicateurs avec un indicateur de référence est indispensable.

Méthodologiquement, il n'est pas possible de déterminer cette évolution sur un échantillon témoin, c'est-à-dire dans le cas présent sur un couloir comparable et structurellement identique et dans lequel aucune infrastructure ne serait réalisée.



Cet indicateur pourra toutefois être calculé sur le territoire global des quatre communes concernées par ce projet. En comparant un indicateur du couloir d'étude et le même indicateur sur le territoire intercommunal de référence, l'analyse pourra différencier la part de l'évolution liée à des mutations conjoncturelles et la part des évolutions liée à des mouvements structurels auxquels la présence du tram participera.

c) Le tracé et les séquences de tracé

Même si le tracé est un parcours en milieu urbain, les morphologies urbaines, les structures économiques traversées sont diverses et variées. L'observatoire tiendra compte de cette diversité, en subdivisant le tracé du tramway en séquences au sein desquelles les indicateurs seront également déterminés.

Plusieurs études en cours ou achevées ayant pour sujet le tram-train ont déjà cherché à subdiviser le tracé du tramway, en ayant pour souci d'aboutir à la délimitation de secteurs homogènes. Afin de pouvoir créer des liens avec ces études et de pouvoir éventuellement profiter de certains de leurs résultats, le découpage en huit séquences du projet de tram-train est retenu.

d) L'impact direct du chantier du tram

En plus de faire un état initial complet du tissu économique, l'observatoire cherchera lors des réactualisations à apprécier les effets économiques directs du chantier du tram, en terme d'emplois, en terme d'incidences pour les entreprises locale, etc.

2. Les thèmes et les indicateurs

Les différents domaines observés dans le cadre d'un tel observatoire peuvent être directement liés à l'activité économique, mais aussi influencés indirectement par celle-ci. Afin de couvrir au mieux le spectre des domaines dans lesquels des évolutions sont possibles, quatre thèmes peuvent être retenus, chacun faisant appel à ses propres indicateurs dont le mode de collecte diffère.

a) Etablissements et emplois

- Objectif

L'observatoire s'attache à suivre les éventuelles modifications à la fois de la structure de l'emploi et de la nature des établissements présents dans le couloir, afin d'apprécier les mutations du tissu économique, tant en globalité dans le périmètre qu'au sein des différentes séquences retenues.

- Les sources de données

Pour le domaine de l'emploi et des employeurs, plusieurs sources de données sont disponibles. Le choix est contraint par l'obligation méthodologique de déterminer des indicateurs dans des secteurs géographiques infracommunaux, obligeant à choisir des données indexées à l'adresse ou à l'îlot. Or, une partie des données existantes ne sont disponibles qu'à l'échelon communal, échelon insuffisamment précis dans le cadre de cet observatoire doté de la méthodologie présentée.

La base de données statistiques de référence pour extraire des indicateurs pertinents résulte, compte tenu des différents paramètres énoncés, la résultante d'un croisement de la base de données SIRENE 2001 de l'INSEE et du fichier des entreprises de la CCI Mulhouse Sud Alsace, mis à disposition par ce partenaire de l'observatoire.

Cette base, validée et géoréférencée par l'AURM, constituera le substrat à partir duquel les indicateurs économiques et économétriques seront définis.

Ces indicateurs issus du traitement statistique de la base seront complétés par d'autres paramètres provenant d'une enquête auprès d'un échantillon représentatif de dirigeants d'entreprises situées dans le couloir d'étude.

- les indicateurs

Les différents indicateurs retenus et déterminés sont :

- la répartition des établissements par domaine d'activité ;
- la répartition des établissements par tranche d'effectifs salariés ;
- la répartition des établissements par date de création ;
- les réponses à l'enquête.



b) Les marchés immobilier et foncier

- Objectif

L'observatoire cherchera à apprécier l'influence du futur tramway (et plus largement des modifications du réseau de transport) sur les marchés immobilier et foncier.

- Les sources de données

Les quatre communes concernées par l'observatoire des impacts du tramway sur l'activité économique sont dotées d'un Droit de Prémption Urbain (DPU). Ainsi, chaque transaction immobilière ou foncière fait l'objet d'une Déclaration d'Intention d'Aliéner (DIA) en mairie, la commune ayant le choix d'exercer ou non son droit de préemption.

- Les indicateurs

La collecte des données relatives aux transactions dont l'objet concerne l'immobilier à vocation d'activité économique permet de déterminer :

- le nombre de transactions par an ;
- le prix moyen des transactions.

c) Le commerce

Le commerce est une fonction essentielle au rayonnement et à l'attractivité d'une agglomération, de son centre et de ses quartiers. Les deux lignes du tramway se croisent au niveau du centre-ville de Mulhouse, qui est aussi un des pôles commerciaux principaux de l'agglomération mulhousienne. Au-delà du cœur de l'agglomération, une trame commerciale plus ou moins dense s'étend le long ou à proximité du futur parcours du tramway.

L'observatoire des impacts du tramway comprend un volet spécifique dédié à ce secteur d'activité, comprenant à la fois les commerces au sens strict et les services à caractère commercial (cf. Annexe 1).

- Objectif

L'observatoire vise à identifier les mutations structurelles de l'armature commerciale de l'agglomération mulhousienne, quel que soit le type de commerce considéré.

- Les sources de données

Afin de disposer d'un inventaire le plus précis possible de l'armature commerciale sur les quatre communes concernées par le projet, deux sources complémentaires de données peuvent être mobilisées, car elles répondent toutes les deux aux obligations émanant de la définition des différentes échelles d'observation (données disponibles à l'adresse) :

- les données DCCRF (Direction de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes) pour les commerces de plus de 300 m² ;
- le fichier CCI Mulhouse Sud Alsace pour les commerces de moins de 300 m².
A ce sujet, il est à préciser que la CCI a procédé au cours de l'été 2002 à une enquête auprès de ses ressortissants pour actualiser et compléter son fichier. L'état initial de l'observatoire bénéficie donc d'une description fine et actualisée de la structure du "petit commerce".

Concernant ces deux bases de données, il est à préciser qu'aucun archivage périodique n'est réalisé par le collecteur de données (CCI ou DGCCF). L'Agence d'Urbanisme de l'Agglomération Mulhousienne, en plus de sensibiliser ces partenaires à l'importance d'un tel archivage, collectera annuellement les bases de données afin de disposer de séries de données continues lors des différentes réactualisations.

En plus de ce dépouillement statistique, l'observatoire localisera les commerces existants et les friches commerciales afin de suivre à la fois les modifications d'emprise de la trame commerciale, et de la densité du commerce.

- Les indicateurs

Les différents indicateurs déterminés pour ce secteur d'activité sont :

- la répartition du nombre de commerces et services à caractère commercial par catégories de surfaces de vente (petit commerce, supermarchés, hypermarchés) ;
- la répartition des surfaces de vente cumulées par catégories ;
- la répartition des commerces et services à caractère commercial par activité ;
- les réponses aux questionnaires ;
- cartographie de localisation des commerces et des friches commerciales en 2002.

d) Les opérations d'enquêtes et de comptages de flux piétonniers

L'observatoire se dote également de données issues de mode de collecte spécifiques : les comptages de flux piétonniers et les enquêtes.

1) Les comptages de flux piétonniers entrants dans le centre-ville de Mulhouse

- Justification d'un tel dispositif

L'observatoire, en plus d'estimer les effets directs de la réalisation et de la mise en service de l'infrastructure de transport sur l'activité économique, cherche aussi à mieux cerner les causes. Ainsi, les éventuelles transformations de l'appareil économique et commercial peuvent être liées à un changement d'usage, à une modification de la fréquentation des pôles d'activité économique. Un dispositif d'évaluation des flux piétonniers entrants dans le centre-ville de Mulhouse a donc été élaboré afin de dresser le portrait de la situation de ces flux.

Contrairement aux différents indicateurs précédemment présentés, l'estimation des flux requiert plusieurs mesures spécifiques :

- les opérations de comptages des flux piétonniers à quelques lieux stratégiques d'accès à l'hypercentre nécessitent d'être effectués avant le début des travaux du tram. Car dès le début des travaux, des modifications d'accès, et donc de fréquentation, sont susceptibles d'apparaître ;
- les opérations de comptages des flux piétonniers doivent être réalisées durant une période intégrant plusieurs jours de la semaine et un samedi, afin de couvrir au mieux les variations quotidiennes de la fréquentation.

Eu égard aux contraintes calendaires, la méthode proposée présente des limites méthodologiques. En effet, une campagne de comptages fondée sur une seule campagne de mesures de quelques jours d'une semaine au cours du mois de novembre ne peut pas intégrer des variations saisonnières de la fréquentation. Dans la perspective de la réactualisation de l'état initial, et à fins de comparaison, les futures campagnes de comptages devront également se dérouler à la même période de l'année.

- Caractéristiques du dispositif

La campagne de comptages des flux piétonniers entrants au centre-ville de Mulhouse s'est déroulée de la manière suivante :

- la période
L'opération s'est déroulée du mercredi 27 novembre 2002 au samedi 30 novembre 2002 inclus. Comme souhaité, la période de quatre jours consécutifs comprend trois jours de semaine et un samedi ;
- les points de comptages

Cinq points de comptages ont été définis. Ces points ont une double caractéristique : ils sont à la fois les points d'entrée principaux au plateau piétonnier de centre-ville de Mulhouse, et ils sont aussi situés à l'interface entre ce plateau piétonnier et les futures lignes de tramway. Ainsi positionnés, les comptages seront à même de déceler des modifications des volumes de flux éventuels lors de la mise en service du tramway ;

- l'amplitude horaire

Les comptages ont été réalisés sans interruption de 9h à 19h, avec une valeur de flux par quart d'heure.

2) Enquête d'opinion des usagers piétons du centre-ville

- Objectif de l'enquête

En plus d'évaluer les flux piétonniers entrants dans le centre-ville commerçant de Mulhouse, la démarche complète ce dispositif par une campagne d'enquête auprès des usagers piétons entrants dans le plateau piétonnier de Mulhouse.

Les questions posées (cf. Annexe 2) aux personnes interrogées sont relatives :

- à leur rythme de fréquentation du centre-ville, à leur(s) motif(s) de déplacement et au(x) mode(s) de transport utilisé(s) ;
- à la perception qu'ont les usagers de la situations actuelle de l'offre commerciale et leurs attentes.

- Dispositif mis en place

Le dispositif mis en place pour réaliser cette campagne d'enquête complète celui mis en place pour réaliser la campagne de comptages de flux piétonniers entrants :

- la période
La période de réalisation de cette enquête est la même que pour la campagne de comptages. Cette période de quatre jours consécutifs comprend donc trois jours de semaine (du mercredi 27 novembre 2002 au vendredi 29 novembre 2002), ainsi que le samedi 30 novembre 2002 ;
- les points d'enquête
Les points d'enquête sont identiques aux points de comptages de flux piétonniers ;
- l'échantillon
Les personnes interrogées sont sélectionnées au hasard ;
- le nombre de questionnaires à réaliser
Un minimum de 150 questionnaires à réaliser a été fixé pour chaque point de comptages sur l'ensemble des quatre jours d'enquête ;
- l'amplitude horaire
Les questionnaires ont été réalisés de 9h à 12h et de 14h à 19h.



3) Enquête d'opinion auprès des acteurs économiques

- Objectif de l'enquête

La base de données des entreprises, constituée après croisement entre la base SIRENE 2001 de l'INSEE et le fichier entreprises de la CCI Mulhouse Sud Alsace, permet d'extraire tous les établissements situés dans le couloir d'étude.

L'observatoire a souhaité interroger les dirigeants des établissements situés dans le couloir à propos de la situation économique de l'établissement et des incidences attendues de la mise en service du tramway sur son activité. Un volet de questions complémentaires a été élaboré à l'attention unique des commerçants interrogés (cf. Annexe 3).

Concernant l'enquête auprès des acteurs économiques, les délais qui sont impartis à l'observatoire pour réaliser un état des lieux ne permettent pas d'établir un panel rigoureusement constitué. L'échantillon devra cependant respecter des quotas définis par séquence et par domaine d'activité.

- Dispositif mis en place

La base de données établissements identifie 3 594 établissements situés dans le couloir d'étude. Cependant, la base SIRENE comprend un certain nombre de doublons. Par exemple, une association de trois médecins au sein d'un cabinet sera présent quatre fois dans la base : une fois au nom du cabinet, et une fois au nom de chacun des médecins.

Le choix a été fait de ne pas inclure dans l'échantillon des établissements retenus les administrations et les établissements d'enseignement, ce qui ramène la base de données à 3 380 établissements.

De plus, la méthode d'enquête (enquête par téléphone) nécessite de disposer du numéro de téléphone. La suppression des doublons et des établissements pour lesquels aucun numéro de téléphone n'est disponible ramène le nombre d'établissements interrogeables à 1 901.

Afin que les résultats de l'enquête aient une assise suffisante permettant de dégager des tendances à partir des opinions exprimées, le choix a été pris de réaliser une enquête au quart. Ainsi, l'objectif quantitatif de l'enquête a été fixé à 500 questionnaires.

Ces établissements ont été ventilés selon deux critères :

- la séquence d'appartenance (pour un total de huit séquences) ;
- le domaine d'activité économique (pour un total de cinq secteurs d'activité économique définis).

Les enquêtes à réaliser doivent tenir compte de la répartition en 40 classes des 1901 établissements, afin de respecter des quotas.

Domaines d'activité	SÉQUENCES								TOTAL
	n°1	n°2	n°3	n°4	n°5	n°6	n°7	n°8	
Industrie et construction	45	20	119	31	48	31	21	75	390
Commerce	53	30	552	45	57	48	11	66	862
Hôtels et services	4	18	182	14	5	12	5	18	258
Services aux entreprises	41	40	574	125	40	33	6	68	927
Santé et social	40	63	547	79	38	59	23	94	943
TOTAL	183	171	1 974	294	188	183	66	321	3 380

Administration et éducation	15	23	102	23	13	8	8	22	214
-----------------------------	----	----	-----	----	----	---	---	----	-----

Domaines d'activité	NAF 17
Industrie et construction	D, E, F
Commerce	G
Hôtels et services	H
Services aux entreprises	I, J, K
Santé et social	N, O, Q
Administration et éducation	L, M

La période de réalisation de l'enquête a été fixée à la deuxième quinzaine du mois de novembre 2002.

4) La réalisation des opérations de comptages et d'enquêtes.

Sur la base des critères définis pour chacune des trois opérations, un appel d'offre a été lancé. Parmi les six prestataires consultés, qui avaient la possibilité de répondre sur l'ensemble des trois opérations ou sur une partie seulement, l'offre établie par Entreprise & Développement (Strasbourg) a été sélectionnée.

Ainsi, Entreprise & Développement a été retenu pour la réalisation de l'ensemble des trois opérations. Le bureau d'études a également proposé une première exploitation statistique des données collectées, qui a fait l'objet d'une présentation au maître d'ouvrage et d'un rapport.



3. Les réactualisations de l'observatoire

La définition même de l'observatoire et tout son intérêt résident dans la possibilité de procéder régulièrement à la réactualisation des indicateurs définis dans l'état initial. Cette nécessité a influencé l'élaboration de la méthodologie de l'observatoire, conçu afin de permettre des réactualisations périodiques et identiques.

Le rythme du suivi doit permettre à l'observatoire d'être un outil de veille, réactif à d'éventuelles évolutions du tissu économique. Ce rythme de suivi doit aussi permettre de disposer au fil des actualisations d'une vision rétrospective fine des évolutions observées, et ainsi d'ouvrir la possibilité pour les différents partenaires de se servir de ce suivi pour mettre en place une démarche prospective.

La périodicité régulière d'actualisation et de rendu peut également être une opportunité pour pérenniser le partenariat, et d'être pour les différents acteurs concernés une plate-forme d'échanges à propos des conséquences du tramway de l'agglomération mulhousienne.

La réactualisation périodique de l'observatoire des impacts du tramway sur l'activité économique repose sur la mise en oeuvre à date convenue de trois types d'actions :

- mobilisation des bases de données utilisées pour l'élaboration de l'état initial ;
- réalisation d'une campagne de comptages de flux piétonniers ;
- réalisation d'enquêtes auprès des acteurs économiques et des usagers des lieux centraux fréquentés.

Concernant les bases de données statistiques (SIRENE, CCI, DIA, ...), l'efficacité de l'observation est d'autant plus grande que les indicateurs pourront être définis pour chaque année, et pas seulement pour les années de réactualisation. Cela implique de collecter et d'archiver les bases de données tous les ans, mais de ne procéder à leur traitement qu'au moment des réactualisations. Ce faisant, les indicateurs étant déterminés annuellement, il est plus aisé et moins contestable de dégager une tendance d'évolution.

Plusieurs étapes peuvent être proposées pour procéder à une réactualisation et ainsi établir un bilan d'étape :

- TO en 2002, état initial ;
- T1 en 2004, période de travaux ;
- T2 en 2006, pour un premier bilan après quelques mois de mise en service effectif de la première tranche du tramway.







PARTIE 2
LE CONTEXTE LOCAL EN 2009



1. Les démarches de projet en cours

a) Le Schéma de Cohérence Territoriale de la Région Mulhousienne

Le périmètre du SCOT de la Région Mulhousienne regroupe 39 communes, dont les quatre communes du territoire de référence.

Débutée en 2002, l'élaboration de ce document s'achèvera, selon le calendrier actuel, à la fin de l'année 2006.

Les orientations que le SCOT peut donner pour l'aménagement et le développement du territoire de la Région Mulhousienne pourront avoir une influence sur les évolutions des indicateurs proposés aux cours des réactualisations postérieures à 2006.

b) La mise en place du Pays de la Région Mulhousienne

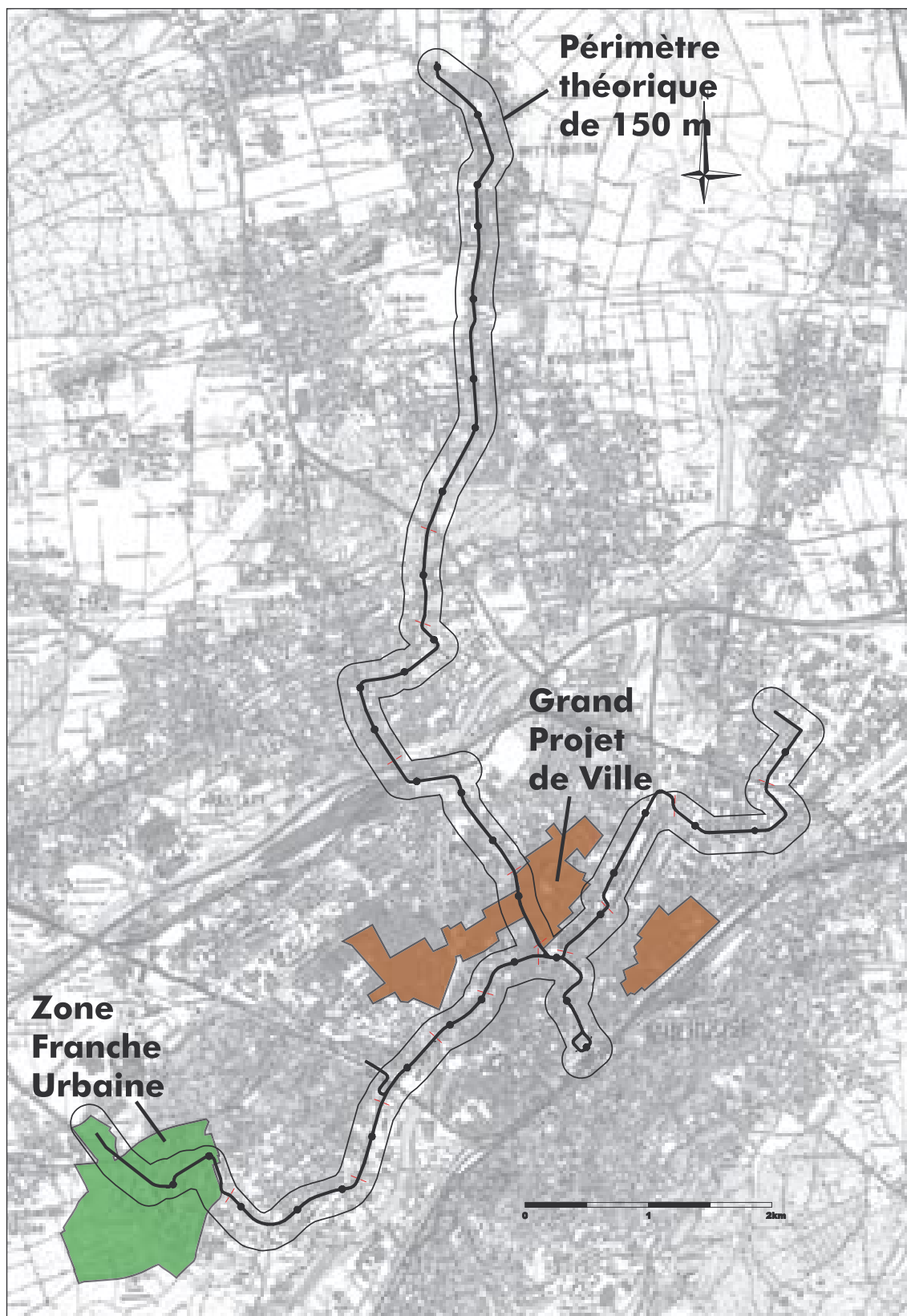
La mise en place du Pays de la Région Mulhousienne a également débuté en 2002, la Charte de Développement Durable du Pays sera adoptée en 2004.

Le périmètre du Pays de la Région Mulhousienne est identique au périmètre du SCOT de la Région Mulhousienne.

c) Le Contrat d'Agglomération

La Communauté d'Agglomération Mulhouse Sud Alsace regroupe les communes de Mulhouse, Lutterbach, Morschwiller le Bas, Didenheim et Zillisheim. Seule la commune de Mulhouse fait à la fois partie de la CAMSA et du territoire d'étude de l'observatoire des impacts du tramway de l'agglomération mulhousienne sur l'activité économique. L'élaboration du contrat d'agglomération a débuté et s'achèvera au cours de l'année 2003. Par les actions qu'il engagera et par les projets qu'il soutiendra, ce contrat aura évidemment des effets sur l'offre territoriale de l'agglomération.

L'observatoire des impacts du tramway sur l'activité économique devra tenir compte des modifications du tissu économique et urbain de l'agglomération mulhousienne afin d'identifier les paramètres qui auront participé à l'évolution du tissu économique et commercial.



2. Les politiques sectorielles

a) La Zone Franche Urbaine

La Zone Franche Urbaine de Mulhouse a été créée en 1997 et donnait droit, pour les entreprises qui s'implantaient dans le périmètre, à un certain nombre d'avantages fiscaux et d'allègements de charges. Cette opération a été reconduite pour la période 2002-2007.

L'observatoire des impacts économiques du tramway de l'agglomération mulhousienne comprend dans le périmètre d'étude une partie de la Zone Franche Urbaine. L'observation, la compréhension et l'interprétation des évolutions doit tenir compte de ce dispositif.

b) Le Plan de Déplacements Urbains

La révision du Plan de Déplacements Urbains de l'agglomération mulhousienne est actuellement à l'étude. Le tissu économique, et en particulier le tissu commercial du centre-ville de Mulhouse est susceptible d'être influencé par les actions que le PDU peut engager, notamment concernant le stationnement, les livraisons de marchandises, l'offre de transports collectifs, ...

L'observatoire des impacts économiques du tramway doit tenir compte, au cours de ses réactualisations, de la réalisation du PDU afin d'intégrer les clés de compréhension des phénomènes constatés.

c) Le Grand Projet de Ville

Le Grand Projet de Ville de Mulhouse est une démarche globale qui comprend aussi bien des actions de rénovation et d'embellissement de l'habitat que l'amélioration des équipements publics, le soutien au commerce et à l'artisanat. Le projet mulhousien prévoit un investissement de 64 millions d'euros jusqu'en 2006.

Le couloir d'étude de l'observatoire des impacts économiques du tramway de l'agglomération mulhousienne comprend une partie du périmètre d'intervention du GPV de Mulhouse.



3. Présentation synthétique du projet tram-train

a) Projet global

Le tram-train est un choix issu d'une réflexion engagée dès les années 90 et d'un patient examen des solutions de transport envisageables et les mieux adaptées. L'originalité et la force de ce projet de l'agglomération mulhousienne est d'articuler deux projets en un :

- un tramway urbain qui desservira cinq communes (Illzach, Kingersheim, Mulhouse, Riedisheim et Wittenheim)
 - 2002-2004 : réalisation des travaux
 - 2005 : mise en service d'une première phase
 - 2005-2010 : mise en service progressive des autres tronçons
- un tramway périurbain qui reliera l'agglomération mulhousienne directement aux communes de la vallée de la Thur
 - 2002 : achèvement des études d'avant-projet
 - 2003 : enquête publique
 - 2005-2007 : travaux
 - 2007 : mise en service

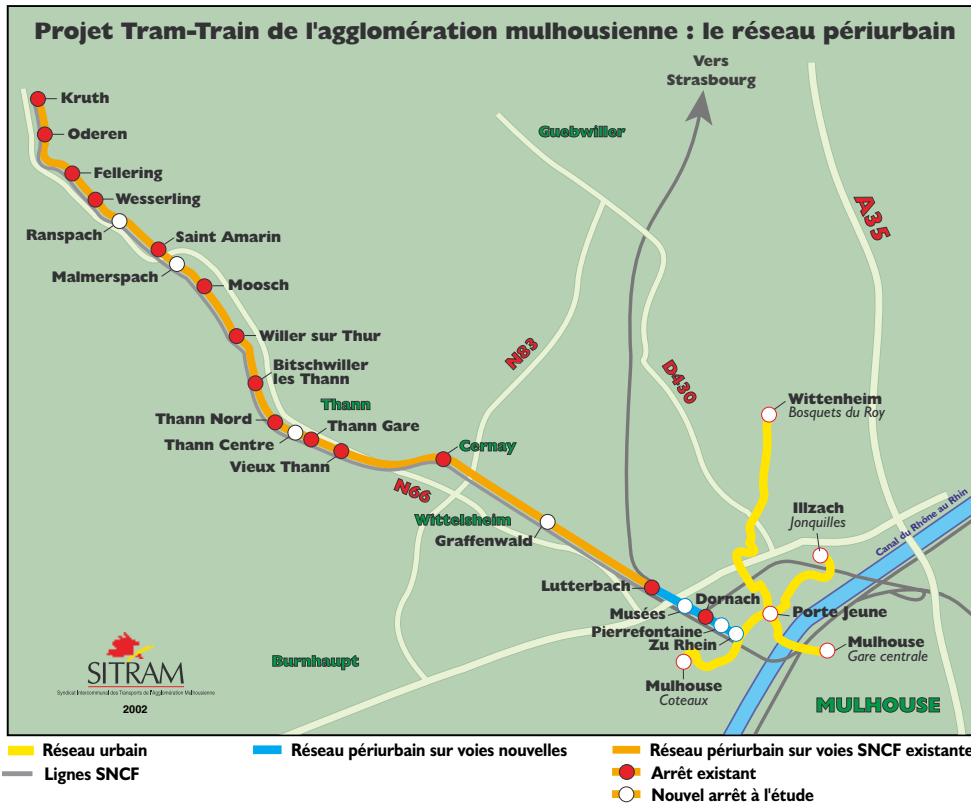
b) La partie urbaine du tramway

Le réseau urbain, d'une longueur totale de 19,72 km, sera constitué de deux lignes se croisant à la Porte Jeune, espace public central de Mulhouse et pôle d'échange principal du réseau :

- une ligne est-ouest (8,75 km et 17 stations) desservant le quartier des Coteaux, le campus universitaire, la zone sportive ouest, le centre-ville de Mulhouse, l'opération du Nouveau Bassin, le quartier Drouot, le nord de Riedisheim et le quartier Modenheim à Illzach ;
- une ligne sud-nord (10,97 km et 21 stations) partant de la gare de voyageurs de Mulhouse et desservant le centre historique de Mulhouse, le pôle de la Mertzau, le quartier de Bourtzwiller et au nord les communes de Kingersheim et Wittenheim.

c) Le réseau du tramway en quelques chiffres

- Caractéristiques d'une rame urbaine : longueur comprise entre 30 et 40 m maximum; largeur 2,65 m
- Capacité : 205 places minimum, soit au moins 2050 places/heure dans le sens le plus chargé
- Fréquence envisagée : 1 tramway toutes les 6 mn en pointe; toutes les 7-8 mn, en journée (un tramway sur deux à Kingersheim et Wittenheim)
- Amplitude du service : de 5h à 24h
- Vitesse commerciale : 21 km/h, soit un gain de 17% par rapport au bus
- Trafic prévu (réseau de tramway urbain complet) : 87000 voyageurs/jour
- Parkings relais : 3, totalisant 567 places
- Coût de réalisation : 340,2 millions d'Euros (valeur 2001)
- Partenaires du financement : le SITRAM, la Région Alsace, le Département du Haut-Rhin, l'Etat et l'Union Européenne.



Projet Tram-Train de l'agglomération mulhousienne



TRAM-TRAIN URBAIN

Ligne nord-sud

Wittemheim, Parc de la Gare, St-Jean, Centre

Ligne est-ouest

Mulhouse, Centre, Parc de la Gare, Centre

TRAM-TRAIN PERIURBAIN

Mulhouse - Vallée de la Thur

Mulhouse, Kintzheim

LÉGENDE

- École, lycée et collège
- Université et École Sup.
- Hôpital, Clinique
- Mairie, Hôtel de ville
- Gare
- Place
- Carrefour
- Équipement sportif
- Zones d'activités

- Prolongement jusqu'à 2010
- Variante de prolongement
- Parking relais
- Atelier - Alépi





PARTIE 3

ETAT INITIAL

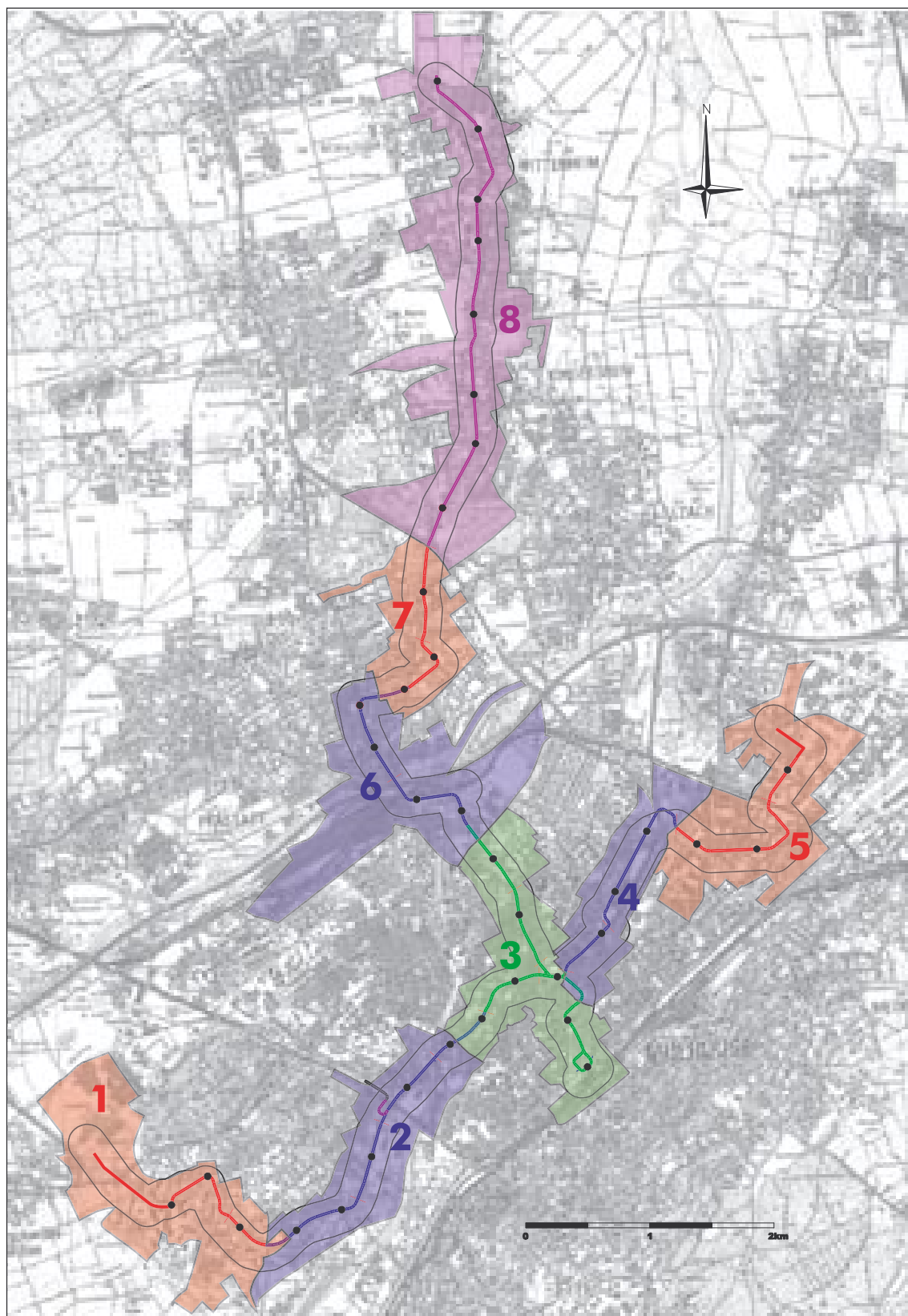
Situation 2002





Chapitre 1

Le couloir d'étude



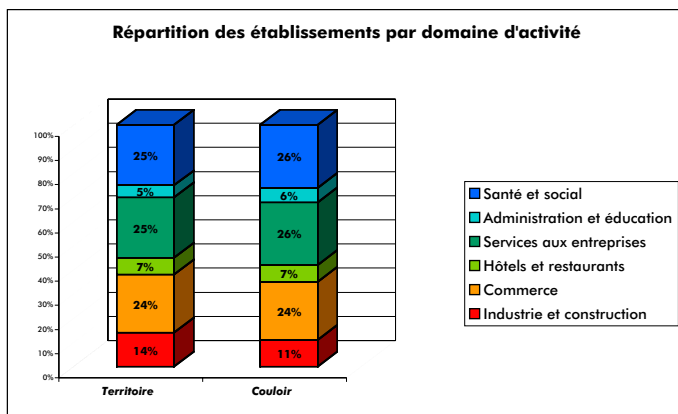


a) Périmètre du couloir

La méthodologie retenue pour la réalisation de cet observatoire conduit d'abord à définir les indicateurs à l'échelle du couloir d'étude.

Ce couloir est au départ un couloir théorique de 150 mètres de part et d'autre du tramway, et dont le périmètre a été modulé de manière à inclure l'intégralité des îlots bâtis compris dans ce couloir théorique. Ce périmètre modifié reprend in fine le découpage des îlots tel que défini par l'INSEE.

ÉTABLISSEMENTS ET EMPLOIS Couloir d'étude



Type d'établissements	Territoire		Couloir	
	Effectif	%	Effectif	%
Industrie et construction	1 179	14%	390	11%
Commerce	2 010	24%	862	24%
Hôtels et restaurants	566	7%	258	7%
Services aux entreprises	2 056	25%	927	26%
Administration et éducation	415	5%	214	6%
Santé et social	2 024	25%	943	26%
Total	8 250	100%	3 594	100%

Nombre de salariés	Territoire		Couloir	
	Effectif	%	Effectif	%
0 salarié	3 055	37%	1 266	35%
De 1 à 2 salariés	2 080	25%	946	26%
De 3 à 9 salariés	1 859	23%	847	24%
De 10 à 19 salariés	432	5%	173	5%
De 20 à 49 salariés	299	4%	118	3%
Plus de 49 salariés	171	2%	58	2%
Effectifs indéterminés	354	4%	186	5%
TOTAL	8 250	100%	3 594	100%

Date de création	Territoire		Couloir	
	Effectifs	%	Effectifs	%
Avant 1990	1 839	24%	860	26%
Entre 1990 et 1999	4 197	54%	1 793	53%
Depuis 2000	1 735	22%	707	21%
TOTAL	7 771	100%	3 360	100%
Non renseigné	479		234	

b) Etablissements et emplois

- Domaines d'activité

Le couloir d'étude tel que défini dans le cadre de l'observatoire comprend 3 594 établissements recensés par la base SIRENE de l'INSEE. Cela représente 44% des établissements présents sur les quatre bans communaux de Kingersheim, Illzach, Mulhouse et Wittenheim.

La répartition par activité des établissements présents dans le couloir d'étude est semblable au profil du tissu économique du territoire de référence. Les deux secteurs des services aux entreprises et de la santé-action sociale représente un peu plus de la moitié des unités économiques observées (52%).

Le commerce représente à lui seul un quart des établissements. Cette proportion significative de l'activité commerciale s'explique pour partie par la présence dans le couloir d'étude de l'hypercentre commerçant de la ville de Mulhouse.

Le secteur de l'industrie et de la construction est relativement un peu moins important dans le couloir d'étude que sur l'ensemble des quatre communes. Ce type d'activité ayant une implantation privilégiée dans des zones d'activités, et ce type d'espace à vocation économique étant peu nombreux au sein du couloir d'étude, cette sous-représentation de l'activité industrielle est logique.

- Taille des établissements

La moitié des établissements recensés dans le couloir a des effectifs salariés compris entre 1 et 9 personnes. Cette caractéristique est commune au couloir d'étude et au territoire de référence.

- Date de création des entreprises existantes

Plus de 50% des établissements recensés dans le couloir d'étude ont été créés entre 1990 et 1999. La présence d'établissements postérieurs à 1999 n'est pas plus importante dans le couloir d'étude que dans le territoire de référence, montrant que le couloir d'étude n'a pas été pour les années 2000 et 2001 un lieu privilégié d'implantation des nouvelles activités.

ENQUÊTE AUPRÈS DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Enquête auprès des acteurs économiques	Couloir
AGE DE L'ENTREPRISE A L'ADRESSE ACTUELLE	
Depuis moins de deux ans	12%
Entre deux et cinq ans	17%
Entre cinq et dix ans	17%
Depuis plus de 10 ans	54%
QUALITÉ DE LA LOCALISATION ACTUELLE	
Entreprises satisfaites ou très satisfaites de leur implantation	85%
Entreprises peu ou pas satisfaites de leur implantation actuelle	15%
EFFECTIFS SALARIÉS DES ÉTABLISSEMENTS	
Evolution positive des effectifs 2001-2002	12%
Evolution négative des effectifs 2001-2002	17%
Prévision d'évolution positive des effectifs 2002-2003	18%
Prévision d'évolution négative des effectifs 2002-2003	22%
CHIFFRES D'AFFAIRES	
Evolution positive du chiffre d'affaires 2000-2001	42%
Evolution négative du chiffre d'affaires 2000-2001	15%
Prévision d'évolution positive du chiffre d'affaires 2001-2002	36%
Prévision d'évolution négative du chiffre d'affaires 2001-2002	20%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE PENDANT LES TRAVAUX	
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	71%
Négative sur le chiffre d'affaires	45%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE APRÈS LES TRAVAUX	
Positive sur l'accessibilité pour la clientèle	41%
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	15%
Positive sur le chiffre d'affaires	24%
Négative sur le chiffre d'affaires	11%
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR L'ACTIVITÉ	
Le tramway aura une incidence positive sur l'activité	26%
Le tramway n'aura pas d'incidence sur l'activité	48%
Le tramway aura une incidence négative sur l'activité	16%
Ne sait pas	9%
PROJETS DE L'ÉTABLISSEMENT	
Entreprises envisageant aujourd'hui de déménager	6%
Entreprises envisageant aujourd'hui de réaliser des travaux	12%

Nombre de questionnaires : 530

- Résultats de l'enquête auprès des acteurs économiques

L'enquête téléphonique auprès des dirigeants d'entreprises situés dans le couloir d'étude a conduit à réaliser 530 entretiens.

Le premier volet de questions relatif à l'ancienneté des entreprises à l'adresse actuelle corrobore les résultats obtenus par dépouillement de la base SIRENE 2001, même si un écart existe. Cette différence peut avoir deux origines : soit l'échantillon tiré au hasard sur-représente telle ou telle catégorie, soit la distorsion provient d'un déménagement de l'établissement au cours de son existence. En effet, la question posée interroge les dirigeants sur l'ancienneté de l'établissement à l'adresse actuelle, alors que la base SIRENE renseigne sur l'ancienneté de l'établissement depuis sa création.

Les dirigeants d'entreprises interrogés sont très largement satisfaits (85%) de la localisation de leur activité au moment de l'enquête.

Les tendances observées quant à l'évolution récente des effectifs (2001-2002) ou l'évolution prévue (2002-2003) montrent que la part des entreprises dont les effectifs décroissent est plus importante que celle des entreprises dont les effectifs évoluent positivement, et ce quelle que soit la période considérée.

Les responsables d'entreprises redoutent la période des travaux liée à la réalisation de l'infrastructure de transport. Cette inquiétude est sensible à la fois s'agissant de l'accessibilité de la clientèle (71%) et du chiffre d'affaires (45%).

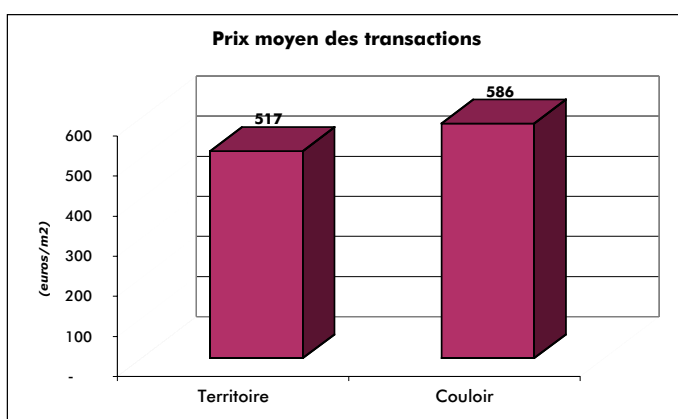
Par contre, à moyen terme, les personnes interrogées sont plus nombreuses à attendre un impact positif du tramway sur l'accessibilité de leur activité (41% contre 15% d'avis contraires) et sur le chiffre d'affaires de l'entreprise (24% contre 11% d'avis contraires).

La réalisation du tramway de l'agglomération mulhousienne se semble pas inciter massivement les entreprises à déménager, confirmant en cela les incidences plutôt positives attendues par les dirigeants d'entreprises. Au contraire, le nombre de dirigeants projetant de faire réaliser des travaux dans leur établissement est deux fois plus élevé que le nombre de dirigeants prévoyant de changer la localisation de leur activité, indicateur d'une confiance certaine dans l'avenir.



IMMOBILIER ET FONCIER Couloir d'étude

Transactions	Territoire		Couloir	
	Nombre	%	Nombre	%
Transactions 2000	143	48%	64	52%
Transactions 2001	152	52%	58	48%
TOTAL	295	100%	122	100%





c) Immobilier et foncier

L'exploitation des données issues du dépouillement des fichiers de Déclarations d'Intention d'Aliéner (DIA) indique que quatre transactions foncières ou immobilières sur dix ayant pour objet un bien à vocation économique se situent dans le couloir d'étude.

Le prix moyen de ces transactions dans le couloir d'étude est supérieur de 13% au prix moyen calculé sur l'ensemble des quatre communes concernées par l'observatoire.

Plus que de donner un éclairage sur la situation actuelle du marché foncier et immobilier, ces deux indicateurs ont été choisis pour suivre les évolutions du marché immobilier et foncier sur la durée de l'observatoire, et ainsi mettre éventuellement en évidence des tendances foncières et immobilières divergentes entre le couloir d'étude et le territoire pris dans son ensemble.

COMMERCE

Couloir d'étude

Nombre de commerces	Territoire		Couloir	
	Effectifs	%	Effectifs	%
Moins de 300 m2	934	85%	462	90%
Entre 300 et 2500 m2	151	14%	42	8%
Plus de 2500 m2	17	2%	7	1%
TOTAL	1 102	100%	511	100%

Surface de vente cumulée	Territoire		Couloir	
	m2	%	m2	%
Moins de 300 m2	61 693	20%	30 674	30%
Entre 300 et 2500 m2	140 020	45%	40 072	40%
Plus de 2500 m2	106 810	35%	30 313	30%
TOTAL	308 523	100%	101 059	100%

Activité commerciale	Territoire		Couloir	
	Effectifs	%	Effectifs	%
Commerces multiples	41	1%	21	2%
Commerces alimentaires	286	10%	114	8%
Équipement de la personne	300	10%	156	11%
Équipement de la maison	272	10%	122	9%
Santé-Beauté-Hygiène	104	4%	52	4%
Culture-Loisirs-Sports	86	3%	38	3%
Auto/Moto : Commerces et entretien	215	8%	86	6%
Autres commerces divers	48	2%	20	1%
Café-Restaurants	501	18%	236	17%
Services à caractère commercial	578	20%	272	19%
Services tertiaires ayant vitrine sur rue	431	15%	279	20%
Total	2 862	100%	1 396	100%

Les deux premiers tableaux recensent les commerces ayant une surface de vente.

Le troisième tableau est basé sur une typologie, précisée en annexe, et qui recense un éventail plus large de commerces.

d) Le commerce

- Commerces et surface de vente

La description de l'appareil commercial peut se faire selon deux approches : soit en retenant le critère du nombre de commerces présents, soit en retenant le critère des surfaces de vente existantes (fournies par le fichier de la CCI Mulhouse Sud Alsace).

S'agissant du nombre de commerces présents, le couloir regroupe 46% des commerces recensés sur les quatre bans communaux de Kingersheim, Illzach, Mulhouse et Wittenheim. Ces commerces sont très majoritairement des commerces de moins de 300 m², et la part de cette dernière catégorie est d'autant plus importante que le couloir d'étude comprend l'hypercentre commerçant de Mulhouse.

S'agissant des surfaces de vente, la part du couloir n'est plus que de 33% des surfaces de vente recensées dans le territoire de référence. Trois pôles de grandes distributions sont localisés aux trois principales entrées de l'agglomération mulhousienne (Dornach à l'ouest, Pôle 430-Kaligone au Nord et Ile Napoléon à l'est). Et seule une très faible partie de ces surfaces de vente est comprise dans le couloir d'étude, ce qui explique cette différence de répartition spatiale entre le nombre de commerces et les surfaces de ventes cumulées.

- Commerces et diversité commerciale

Le profil par activité de l'appareil commercial du couloir d'étude est très semblable à la situation observée sur l'ensemble du territoire de référence. De ce point de vue, le tissu commercial du couloir n'apparaît pas comme spécifique alors que la présence au sein de ce couloir de hypercentre mulhousien pourrait faire penser le contraire.

La seule différence notable entre la part respective de chaque activité commerciale concerne les services tertiaires ayant vitrine sur rue (banques, agences de voyage, agences immobilières, agence de travail temporaire, auto-écoles) qui sont mieux présentes dans le couloir d'étude que dans le territoire de référence. Ces activités privilégient les implantations centrales, d'où cette spécificité observée du tissu commercial dans le couloir d'étude.

ENQUÊTE AUPRÈS DES COMMERÇANTS Couloir d'étude

Enquête auprès des commerçants	Couloir
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR LA CLIENTÈLE	
Renforcement de la clientèle de proximité	3%
Renforcement de la clientèle de l'agglomération	13%
Renforcement de la clientèle de passage	6%
Pas d'influence	78%
LIVRAISONS	
Entreprises livrées plus d'une fois par jour	41%
Entreprises livrées une fois par jour	17%
Entreprises livrées 1 à 5 fois par semaine	30%
Entreprises livrées moins d'une fois par semaine	12%
Entreprises livrées avant 7h	3%
Entreprises livrées entre 7h et 12h	67%
Entreprises livrées après 12h	4%
Entreprises livrées sans heure fixe	25%
Durée de livraison de moins de 30 minutes	73%
Durée de livraison de plus de 30 minutes	27%
Livraisons effectuées en voiture	36%
Livraisons effectuées en camionnette	36%
Livraisons effectuées en camion	18%
Livraisons effectuées par un autre véhicule	9%

Nombre de questionnaires : 134

- Enquête auprès des commerçants.

Sur les 530 questionnaires réalisés dans le couloir d'étude, 134 ont concernés des commerçants. Quelques questions spécifiques leur ont été posées.

Plus de trois commerçants sur quatre pensent que la réalisation et la mise en service du tramway ne va pas influencer la provenance géographique de sa clientèle. Au mieux pensent-ils que la clientèle fréquentant leur établissement et provenant de l'agglomération mulhousienne va légèrement progresser.

L'enquête réalisée auprès des usagers piétons du centre-ville et dont les résultats sont présentés dans la séquence n°3 confirme qu'une partie des personnes interrogées affirment aujourd'hui que la mise en service du tramway contribuera à augmenter le rythme de leur fréquentation du centre-ville de Mulhouse.

Les autres questions relatives aux livraisons dressent le portrait de la situation des livraisons des commerces aujourd'hui dans le couloir. L'intérêt de ces indicateurs réside dans leur faculté à mettre en évidence, au fil des réactualisations de l'observatoire, les changements des pratiques liées aux livraisons. Pour ce thème en particulier, l'observatoire des impacts urbains du tramway pourra fournir certaines clés de compréhension et d'explication des évolutions observées.





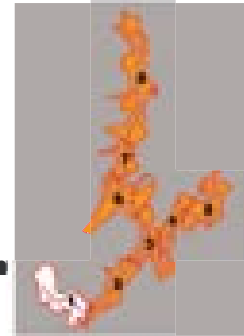
Chapitre 2

Les huit séquences



1. Séquence 1 : les Coteaux

a) Localisation géographique et contexte urbain



La séquence n°1 est le tronçon situé à l'extrémité Ouest de la ligne reliant Coteaux à Illzach-Modenheim.

Cette séquence comprend trois arrêts dans sa version actuelle. Une extension du réseau est à l'étude et deux variantes sont envisagées:

- soit une extension en direction du Parc des Collines (zone d'activités tertiaires),
- soit une extension en direction du Parc de la Mer Rouge (pôle commercial).

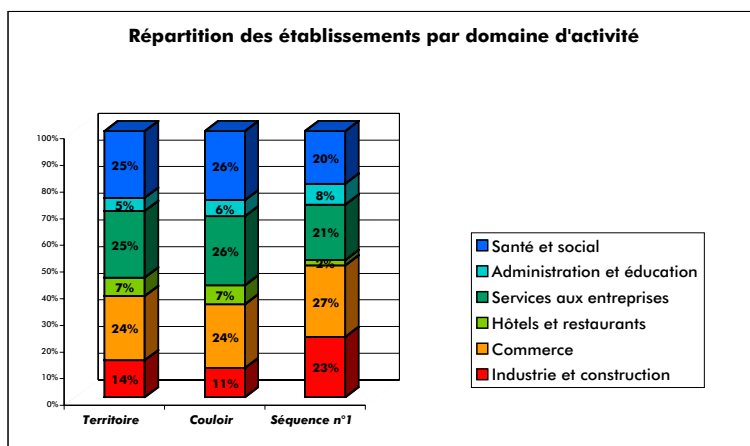
Cette étude a intégré la seconde variante du projet. Les bases de données étant archivées, il sera toujours possible, au moment des futures réactualisations, de modifier les indicateurs si l'extension se fait vers le Parc des Collines.

Le tissu urbain de cette séquence n°1 est essentiellement constitué par la cité des Coteaux, d'où le nom de la séquence éponyme. Cette cité est composée d'un ensemble de tours d'habitations datant de la fin des années 60.

De plus, une partie de la séquence n°1 est comprise dans le périmètre de la Zone Franche Urbaine de Mulhouse (cf. page 30).

ÉTABLISSEMENTS ET EMPLOIS

Séquence n° 1



Type d'établissements	Territoire		Couloir		Séquence n°1	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Industrie et construction	1 179	14%	390	11%	45	23%
Commerce	2 010	24%	862	24%	53	27%
Hôtels et restaurants	566	7%	258	7%	4	2%
Services aux entreprises	2 056	25%	927	26%	41	21%
Administration et éducation	415	5%	214	6%	15	8%
Santé et social	2 024	25%	943	26%	40	20%
Total	8 250	100%	3 594	100%	198	100%

Nombre de salariés	Territoire		Couloir		Séquence n°1	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0 salarié	3 055	37%	1 266	35%	72	36%
De 1 à 2 salariés	2 080	25%	946	26%	51	26%
De 3 à 9 salariés	1 859	23%	847	24%	35	18%
De 10 à 19 salariés	432	5%	173	5%	8	4%
De 20 à 49 salariés	299	4%	118	3%	7	4%
Plus de 49 salariés	171	2%	58	2%	6	3%
Effectifs indéterminés	354	4%	186	5%	19	10%
TOTAL	8 250	100%	3 594	100%	198	100%

Date de création	Territoire		Couloir		Séquence n°1	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Avant 1990	1 839	24%	860	26%	46	25%
Entre 1990 et 1999	4 197	54%	1 793	53%	83	45%
Depuis 2000	1 735	22%	707	21%	56	30%
TOTAL	7 771	100%	3 360	100%	185	100%
Non renseigné	479		234		13	

b) Etablissements et emplois

- Domaines d'activité

Cette séquence regroupe un peu plus de 5% des établissements recensés dans l'ensemble du couloir d'étude.

La séquence n°1 possède une forte proportion d'industries (23%) en comparaison avec le couloir d'étude ou encore l'ensemble des quatre communes. Cette part importante s'explique par la proximité du Parc de la Mer Rouge regroupant une forte concentration d'activités artisanales et industrielles.

Les hôtels et restaurants sont en revanche faiblement représentés avec 2% des entreprises contre 7% dans le couloir et les quatre communes. Cette séquence est excentrée par rapport au coeur de ville.

- Taille des établissements

La taille des établissements recensés dans la séquence n°1 diffère peu du profil général du couloir d'étude. Les seuls écarts concernent les établissements de 3 à 9 salariés (relativement moins nombreux dans la séquence n°1) et les établissements à effectifs indéterminés (relativement plus nombreux). Cette dernière différence est le résultat de la présence dans la séquence n°1 d'une part importante d'établissements appartenant aux domaines de l'administration et de l'éducation. Or, pour ces secteurs d'activité, les effectifs ne sont pas connus à l'adresse mais pour l'ensemble de l'administration au niveau départemental.

- Date de création des entreprises existantes

Depuis l'an 2000, la création d'entreprise est plus importante en valeur relative dans la séquence n°1 que pour l'ensemble du couloir. Ce dynamisme économique bénéficie du contexte particulier de ce quartier, car une partie de cette séquence est incluse dans la Zone Franche Urbaine de Mulhouse. Les dispositions économiques et financières avantageuses pour les entreprises contribuent à l'implantation privilégiée dans cette séquence de nouvelles activités.

ENQUÊTE AUPRÈS DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Séquence n° 1

Enquête auprès des acteurs économiques	Couloir	Séquence 1
AGE DE L'ENTREPRISE A L'ADRESSE ACTUELLE		
Depuis moins de deux ans	12%	10%
Entre deux et cinq ans	17%	30%
Entre cinq et dix ans	17%	7%
Depuis plus de 10 ans	54%	53%
QUALITÉ DE LA LOCALISATION ACTUELLE		
Entreprises satisfaites ou très satisfaites de leur implantation	85%	80%
Entreprises peu ou pas satisfaites de leur implantation actuelle	15%	20%
EFFECTIFS SALARIÉS DES ÉTABLISSEMENTS		
Evolution positive des effectifs 2001-2002	12%	17%
Evolution négative des effectifs 2001-2002	17%	23%
Prévision d'évolution positive des effectifs 2002-2003	18%	25%
Prévision d'évolution négative des effectifs 2002-2003	22%	25%
CHIFFRES D'AFFAIRES		
Evolution positive du chiffre d'affaires 2000-2001	42%	50%
Evolution négative du chiffre d'affaires 2000-2001	15%	17%
Prévision d'évolution positive du chiffre d'affaires 2001-2002	36%	50%
Prévision d'évolution négative du chiffre d'affaires 2001-2002	20%	10%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE PENDANT LES TRAVAUX		
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	71%	37%
Négative sur le chiffre d'affaires	45%	33%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE APRÈS LES TRAVAUX		
Positive sur l'accessibilité pour la clientèle	41%	40%
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	15%	7%
Positive sur le chiffre d'affaires	24%	27%
Négative sur le chiffre d'affaires	11%	10%
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR L'ACTIVITÉ		
Le tramway aura une incidence positive sur l'activité	26%	33%
Le tramway n'aura pas d'incidence sur l'activité	48%	53%
Le tramway aura une incidence négative sur l'activité	16%	10%
Ne sait pas	9%	3%
PROJETS DE L'ÉTABLISSEMENT		
Entreprises envisageant aujourd'hui de déménager	6%	4%
Entreprises envisageant aujourd'hui de réaliser des travaux	12%	15%

Nombre de questionnaires : 30

- Résultats de l'enquête auprès des acteurs économiques

Les réponses des dirigeants d'entreprises confirment que la séquence n°1 a été un lieu privilégié d'implantation pour les nouvelles entreprises au cours des cinq dernières années, même si ce dynamisme semble s'atténuer. En effet, la part des entreprises âgées de 2 à 5 ans est de 30%, contre 17% dans le couloir d'étude. Pour les entreprises de moins de 2 ans à la date de réalisation du questionnaire, ces proportions étaient respectivement de 10% et de 12%.

Malgré l'image parfois négative que peut renvoyer ce quartier de ville, la satisfaction des dirigeants d'entreprises quant à leur localisation, même si elle est un peu moins forte que dans le couloir, reste à un niveau très élevé (80%).

Les évolutions d'effectifs récentes ou projetées pour l'année à venir semblent plus contrastées que pour le couloir d'étude, avec des proportions plus forte à la fois pour les entreprises dont les effectifs augmentent et les entreprises dont les effectifs diminuent.

Les chiffres d'affaires des entreprises situées dans la séquence n°1 sont clairement à la hausse, à la fois sur l'exercice 2000-2001, mais aussi sur les estimations de l'exercice 2001-2002.

La composition du tissu économique et commercial de la séquence n°1 explique en partie le sentiment, moins répandu que dans l'ensemble du couloir d'étude, d'une crainte d'accessibilité plus difficile lorsque le tramway sera mis en circulation et que l'espace public et le plan de circulation seront modifiés.

Par contre, les entreprises espèrent une influence favorable de la réalisation et de l'utilisation du tramway sur leur activité (33% des responsables d'entreprises interrogés pensent que le tramway aura une influence positive, contre 26% dans l'ensemble du couloir d'étude).

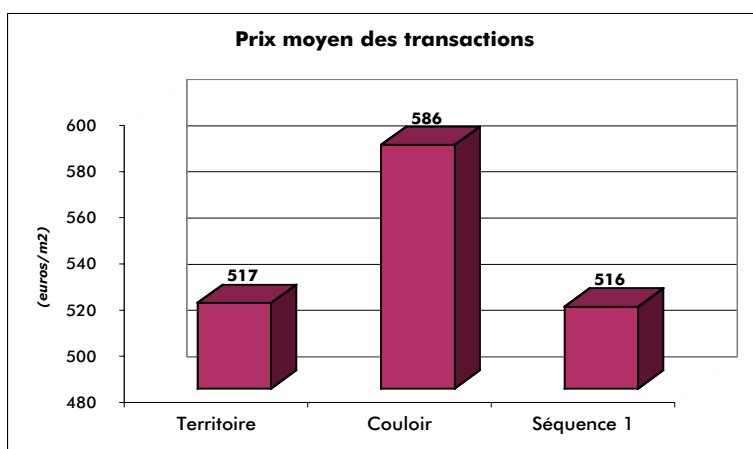
La crainte de conséquences négatives des travaux sur l'activité et l'accessibilité des entreprises semble moins vive que pour l'ensemble du couloir. La composition du tissu économique (peu de commerces) explique en partie ce sentiment moins fort qu'ailleurs.

La part des entreprises qui souhaitent déménager est également moins importante qu'ailleurs ; ce qui permet de conclure, à la lecture de l'ensemble des résultats de l'enquête pour la séquence n°1, que les dirigeants d'entreprises interrogés paraissent plutôt optimiste quant à l'impact du tramway sur le tissu économique de ce secteur.



IMMOBILIER ET FONCIER Séquence n° 1

Transactions	Territoire		Couloir		Séquence n°1	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Transactions 2000	143	48%	64	52%	1	50%
Transactions 2001	152	52%	58	48%	1	50%
TOTAL	295	100%	122	100%	2	100%





c) Immobilier et foncier

Le nombre de transactions immobilières concernant des locaux à usage industriel et commercial a été, pour les années 2000 et 2001, très faible. En effet, il y en a eu une par an, ce qui représente un peu moins de 2% de l'ensemble de ce type de transactions dans le couloir d'étude.

L'estimation de la valeur du prix de l'immobilier et du foncier d'entreprise ne repose donc que sur une seule valeur par an, ce qui relativise la validité de la moyenne. Malgré ces limites méthodologiques, cette moyenne est comparable à la moyenne des transactions immobilières du territoire de référence, et inférieure de plus de 10% au prix moyen observé dans le couloir d'étude.

LE COMMERCE

Séquence n° 1

Commerces	Territoire		Couloir		Séquence n°1	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Moins de 300 m2	934	85%	462	90%	10	63%
Entre 300 et 2500 m2	151	14%	42	8%	4	25%
Plus de 2500 m2	17	2%	7	1%	2	13%
TOTAL	1 102	100%	511	100%	16	100%

Surfaces de ventes	Territoire		Couloir		Séquence n°1	
	m2	%	m2	%	m2	%
Moins de 300 m2	61 693	20%	30 674	30%	715	4%
Entre 300 et 2500 m2	140 020	45%	40 072	40%	4 585	25%
Plus de 2500 m2	106 810	35%	30 313	30%	12 827	71%
TOTAL	308 523	100%	101 059	100%	18 127	100%

Activité commerciale	Territoire		Couloir		Séquence n°1	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Commerces multiples	41	1%	21	2%	12	23%
Commerces alimentaires	286	10%	114	8%	5	9%
Équipement de la personne	300	10%	156	11%	6	11%
Équipement de la maison	272	10%	122	9%	3	6%
Santé-Beauté-Hygiène	104	4%	52	4%	2	4%
Culture-Loisirs-Sports	86	3%	38	3%	1	2%
Auto/Moto : Commerces et entretien	215	8%	86	6%	7	13%
Autres commerces divers	48	2%	20	1%	1	2%
Café-Restaurants	501	18%	236	17%	3	6%
Services à caractère commercial	578	20%	272	19%	12	23%
Services tertiaires ayant vitrine sur rue	431	15%	279	20%	1	2%
Total	2 862	100%	1 396	100%	53	100%

Les deux premiers tableaux recensent les commerces ayant une surface de vente. Le troisième tableau est basé sur une typologie, précisée en annexe, et qui recense un éventail plus large de commerces.

d) Le commerce

- Commerces et surface de vente

La proportion de commerce est relativement faible dans la séquence n°1. En effet, le nombre de commerce ne représente que 3% des commerces recensés dans le couloir d'étude.

La proportion des surfaces de vente de la séquence n°1 représente 18% des surfaces de vente du couloir d'étude. Cette sur-représentativité est liée à la présence de deux hypermarchés (Cora avec 9 927 m² et Décathlon avec 2 900 m²) et de quatre supermarchés.

- Commerces et diversité commerciale

La répartition des commerces par activité commerciale donne à la séquence n°1 un profil très différent du profil de l'ensemble du couloir d'étude. Les commerces multiples et les commerces et entretiens d'auto-moto sont sur-représentés. A contrario, d'autres segments sont sous représentés : café-restaurants (6% contre 17% dans le couloir), services tertiaires ayant vitrine sur rue (2% contre 20% dans le couloir).

Cette sous-représentation de ces commerces est liée au fait que ces activités économiques se concentrent de préférence là où la fréquentation dépasse un certain seuil, ce qui n'est pas le cas de la séquence n°1.

ENQUÊTE AUPRÈS DES COMMERÇANTS Séquence n° 1

Enquête auprès des commerçants	Couloir	Séquence 1
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR LA CLIENTÈLE		
Renforcement de la clientèle de proximité	3%	0%
Renforcement de la clientèle de l'agglomération	13%	14%
Renforcement de la clientèle de passage	6%	14%
Pas d'influence	78%	71%
LIVRAISONS		
Entreprises livrées plus d'une fois par jour	41%	44%
Entreprises livrées une fois par jour	17%	33%
Entreprises livrées 1 à 5 fois par semaine	30%	22%
Entreprises livrées moins d'une fois par semaine	12%	0%
Entreprises livrées avant 7h	3%	0%
Entreprises livrées entre 7h et 12h	67%	50%
Entreprises livrées après 12h	4%	13%
Entreprises livrées sans heure fixe	25%	38%
Durée de livraison de moins de 30 minutes	73%	50%
Durée de livraison de plus de 30 minutes	27%	50%
Livraisons effectuées en voiture	36%	33%
Livraisons effectuées en camionnette	36%	17%
Livraisons effectuées en camion	18%	33%
Livraisons effectuées par un autre véhicule	9%	17%

Nombre de questionnaires : 9

- Enquête auprès des commerçants.

Le questionnement des commerçants de la séquence n°1 met en évidence que ceux-ci espèrent un renforcement de la clientèle de passage après la mise en service du tramway de l'agglomération mulhousienne.

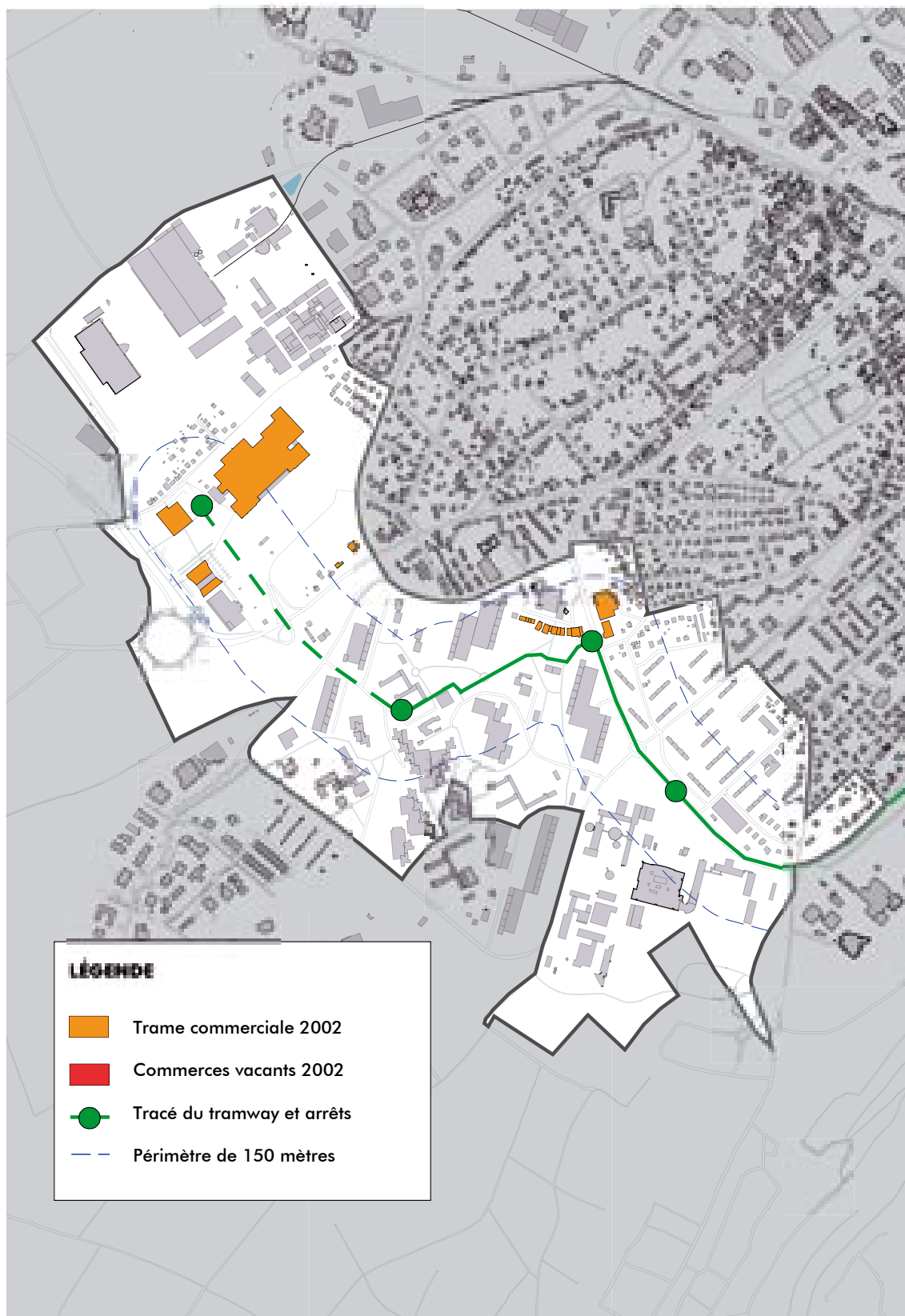
Les commerces de la séquence n°1 ont des modalités de livraison nettement différentes de l'ensemble du couloir d'étude.

La part des commerces livrés tous les jours (une fois ou plus) est très supérieure à la moyenne observée dans le couloir d'étude. La séquence 1 ne comprenant pas de plateau piétonnier, la contrainte horaire des livraisons ne s'exerce pas, ce qui contribue à ce que 4 commerces sur 10 n'aient pas d'heure fixe de livraison.

Les moindres contraintes liées aux spécificités de l'espace public expliquent sans doute également que le recours au camion est plus important que dans le reste du couloir.

- Trame commerciale et friches commerciales

La trame commerciale de la séquence n°1 est relativement peu étendue, et surtout marquée par la présence de grandes surfaces commerciales. Cette trame commerciale est bipolaire, avec la majorité des surfaces de vente localisée en bout de ligne, et le reste des commerces autour du futur arrêt Nations.



LES ENJEUX DANS LA SÉQUENCE n°1

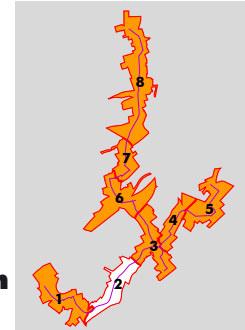
La séquence n°1, située à l'extrémité d'une des deux lignes, est caractérisée par un tissu d'entreprises surtout industriel et artisanal. La fonction commerciale ne concerne que peu d'entreprises, mais ces commerces sont surtout des grandes surfaces, dont deux hypermarchés. L'attractivité de la séquence repose spécifiquement sur ces équipements commerciaux.

Les dirigeants d'entreprises comptent sur des retombées de la mise en service du tramway de l'agglomération.

Quel sera l'effet d'image du tramway sur le quartier des Coteaux et sur la zone commerciale de la Mer Rouge ? Aura-t-il des répercussions sur la chalandise et sur l'image du commerce de cette séquence ? La zone commerciale de la Mer Rouge sera-t-elle mieux intégrée à la ville ?



2. Séquence n°2 : Plaine de l'Ill



a) Localisation géographique et contexte urbain

La séquence n°2, située dans la plaine de l'Ill longe une partie du Boulevard des Nations ainsi que le Boulevard Stoessel. Elle comprend dans sa version définitive quatre arrêts.

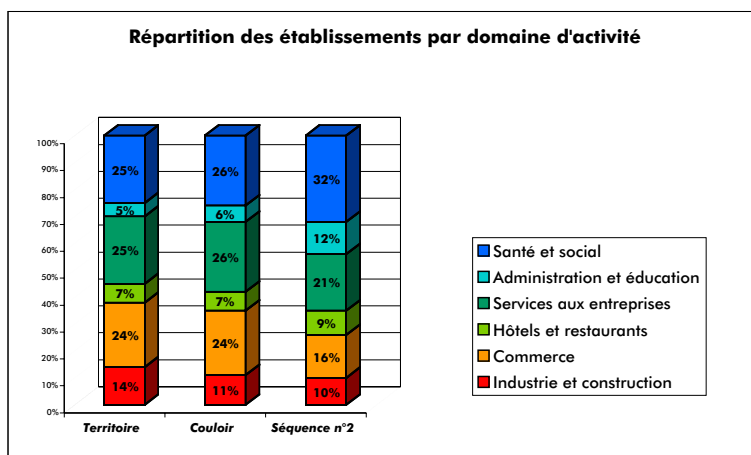
Cette séquence est riche en équipements publics tels que la patinoire, un gymnase ainsi qu'un stade. Les établissements d'enseignement secondaire ou supérieur sont aussi présents au premier rang desquels figure l'Université de Haute Alsace.

Tous ces équipements ainsi que les établissements commerciaux sont situés au sud du boulevard. A l'inverse, les formes d'habitat sont plus denses au nord de cette grande artère de communication.

Avec près de 4 800 habitants, la séquence n°2 est l'une des moins denses du couloir d'étude.

ÉTABLISSEMENTS ET EMPLOIS

Séquence n°2



Type d'établissements	Territoire		Couloir		Séquence n°2	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Industrie et construction	1 179	14%	390	11%	20	10%
Commerce	2 010	24%	862	24%	30	16%
Hôtels et restaurants	566	7%	258	7%	18	9%
Services aux entreprises	2 056	25%	927	26%	40	21%
Administration et éducation	415	5%	214	6%	23	12%
Santé et social	2 024	25%	943	26%	63	32%
Total	8 250	100%	3 594	100%	194	100%

Nombre de salariés	Territoire		Couloir		Séquence n°2	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0 salarié	3 055	37%	1 266	35%	89	46%
De 1 à 2 salariés	2 080	25%	946	26%	39	20%
De 3 à 9 salariés	1 859	23%	847	24%	35	18%
De 10 à 19 salariés	432	5%	173	5%	5	3%
De 20 à 49 salariés	299	4%	118	3%	6	3%
Plus de 49 salariés	171	2%	58	2%	4	2%
Effectifs indéterminés	354	4%	186	5%	16	8%
TOTAL	8 250	100%	3 594	100%	194	100%

Date de création	Territoire		Couloir		Séquence n°2	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Avant 1990	1 839	24%	860	26%	43	23%
Entre 1990 et 1999	4 197	54%	1 793	53%	102	55%
Depuis 2000	1 735	22%	707	21%	42	22%
TOTAL	7 771	100%	3 360	100%	187	100%
Non renseigné	479		234		7	

b) Etablissements et emplois

- Domaines d'activité

Le recensement des entreprises présentes dans la séquence n°2 atteint un peu moins de 200 établissements, soit un total comparable à la séquence n°1.

Parmi les activités économiques bien représentées figurent en premier celles rattachées au domaine santé et action sociale (1 entreprise sur 3). La part des établissements administratifs et éducatifs est également plus importante que celle sur l'ensemble du couloir d'étude.

En revanche, le commerce est une activité moins représentée qu'ailleurs, ce qui s'explique par la composition de l'emprise de la séquence n°2, qui comprend notamment le campus universitaire de Haute-Alsace, le centre sportif de la plaine de l'III. Cette séquence comprend relativement peu de zones d'habitation, expliquant en partie la sous-représentation du commerce dans le profil par activité de son tissu économique de cette séquence.

- Taille des établissements

Deux établissements de la séquence n°2 sur trois ont moins de trois salariés, avec près de la moitié des établissements recensés n'ayant pas de salariés. La présence, dans la séquence n°2, du centre sportif et de l'université explique en grande partie cette caractéristique, avec une localisation importante d'associations soit universitaires, soit sportives.

- Date de création des entreprises existantes

La distribution des établissements par ancienneté dans cette séquence est très proche de celle du couloir d'étude.

ENQUÊTE AUPRÈS DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Séquence n°2

Enquête auprès des acteurs économiques	Couloir	Séquence 2
AGE DE L'ENTREPRISE A L'ADRESSE ACTUELLE		
Depuis moins de deux ans	12%	14%
Entre deux et cinq ans	17%	7%
Entre cinq et dix ans	17%	29%
Depuis plus de 10 ans	54%	50%
QUALITÉ DE LA LOCALISATION ACTUELLE		
Entreprises satisfaites ou très satisfaites de leur implantation	85%	92%
Entreprises peu ou pas satisfaites de leur implantation actuelle	15%	8%
EFFECTIFS SALARIÉS DES ÉTABLISSEMENTS		
Evolution positive des effectifs 2001-2002	12%	17%
Evolution négative des effectifs 2001-2002	17%	13%
Prévision d'évolution positive des effectifs 2002-2003	18%	19%
Prévision d'évolution négative des effectifs 2002-2003	22%	15%
CHIFFRES D'AFFAIRES		
Evolution positive du chiffre d'affaires 2000-2001	42%	25%
Evolution négative du chiffre d'affaires 2000-2001	15%	29%
Prévision d'évolution positive du chiffre d'affaires 2001-2002	36%	14%
Prévision d'évolution négative du chiffre d'affaires 2001-2002	20%	11%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE PENDANT LES TRAVAUX		
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	71%	50%
Négative sur le chiffre d'affaires	45%	32%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE APRÈS LES TRAVAUX		
Positive sur l'accessibilité pour la clientèle	41%	46%
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	15%	7%
Positive sur le chiffre d'affaires	24%	32%
Négative sur le chiffre d'affaires	11%	4%
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR L'ACTIVITÉ		
Le tramway aura une incidence positive sur l'activité	26%	21%
Le tramway n'aura pas d'incidence sur l'activité	48%	61%
Le tramway aura une incidence négative sur l'activité	16%	7%
Ne sait pas	9%	11%
PROJETS DE L'ÉTABLISSEMENT		
Entreprises envisageant aujourd'hui de déménager	6%	4%
Entreprises envisageant aujourd'hui de réaliser des travaux	12%	4%

Nombre de questionnaires : 28

- Résultats de l'enquête auprès des acteurs économiques

Les réponses des responsables d'établissements interrogés montrent que si la moitié des établissements ont plus de 10 ans d'ancienneté, la proportion des établissements vieux de 5 à 10 ans est plus importante que la moyenne du couloir.

La localisation des structures recensées semble être très appréciée, car plus de 9 établissements sur 10 sont satisfaits de leur implantation actuelle.

Les évolutions des effectifs des entreprises et des établissements pour les années 2000 et 2001 correspondent aux tendances dégagées à l'échelle du couloir d'étude, avec un maintien plus affirmé de l'emploi pour l'exercice 2001-2002. En effet, alors que 22% des établissements du couloir d'étude prévoient une baisse des effectifs, cette proportion pour la séquence n°2 n'est que de 15%.

Concernant le chiffre d'affaire, la situation de la séquence n°2 est nettement moins comparable à la situation du couloir pris dans son ensemble. Sur l'exercice 2001-2002, les évolutions positives du chiffre d'affaire concernent une proportion d'entreprises moins importante dans cette séquence que dans le couloir. Et les évolutions négatives du chiffre d'affaires sur le même exercice concerne une proportion plus importante d'établissements. Ces deux tendances cumulées indiquent que la conjoncture économique au sein de cette séquence était moins favorable en 2001-2002 que dans l'ensemble du couloir.

Les responsables des établissements interrogés sont plus nombreux que dans l'ensemble du couloir à attendre des influences positives, et donc moins nombreux à attendre des conséquences négatives, à la fois s'agissant de l'accessibilité de la clientèle, du chiffre d'affaires. Alors que le différentiel entre les dirigeants attendant des influences positives du tramway sur l'activité et ceux qui attendent une influence négative est de 10 points pour l'ensemble du couloir, il est de 14 points pour la séquence n°2.

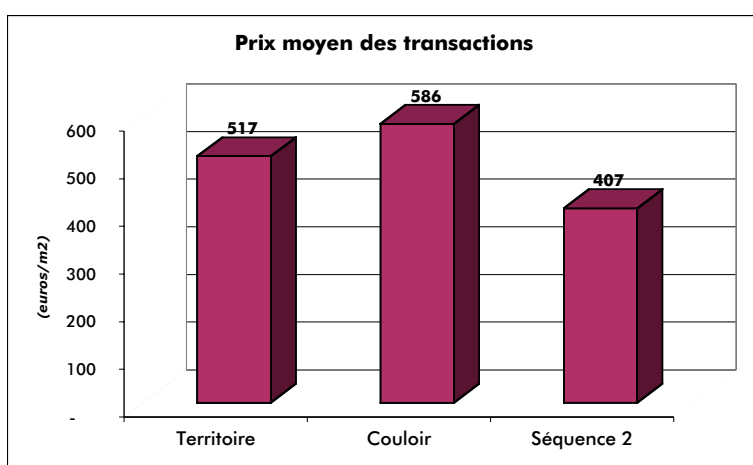
Les conséquences des travaux semblent également moins redoutées dans cette séquence n°2 que pour l'ensemble du couloir.

En accord avec la satisfaction largement partagée quant à la localisation des établissements, le nombre d'établissements ayant la volonté de déménager ne représente que 4% du total des établissements présents.



IMMOBILIER ET FONCIER Séquence n°2

Transactions	Territoire		Couloir		Séquence n°2	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Transactions 2000	143	48%	64	52%	1	17%
Transactions 2001	152	52%	58	48%	5	83%
TOTAL	295	100%	122	100%	6	100%





c) Immobilier et foncier

Le nombre de transactions immobilières dans la séquence n°2 a subi une forte variabilité entre les années 2000 et 2001 (1 en 2000, 5 en 2001). Mais les chiffres étant cependant faibles, il est difficile de dégager une tendance sur ces deux seules indications.

La valeur immobilière des transactions réalisées en 2000 et 2001 est nettement inférieure aux moyennes du couloir (-30%) et du territoire de référence (-21%).

COMMERCE Séquence n°2

Nombre de commerces	Territoire		Couloir		Séquence n°2	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Moins de 300 m2	934	85%	462	90%	9	69%
Entre 300 et 2500 m2	151	14%	42	8%	2	15%
Plus de 2500 m2	17	2%	7	1%	2	15%
TOTAL	1 102	100%	511	100%	13	100%

Surface de vente cumulée	Territoire		Couloir		Séquence n°2	
	m2	%	m2	%	m2	%
Moins de 300 m2	61 693	20%	30 674	30%	372	5%
Entre 300 et 2500 m2	140 020	45%	40 072	40%	1 250	17%
Plus de 2500 m2	106 810	35%	30 313	30%	5 951	79%
TOTAL	308 523	100%	101 059	100%	7 573	100%

Activité commerciale	Territoire		Couloir		Séquence n°2	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Commerces multiples	41	1%	21	2%	2	5%
Commerces alimentaires	286	10%	114	8%	1	2%
Équipement de la personne	300	10%	156	11%	-	0%
Équipement de la maison	272	10%	122	9%	2	5%
Santé-Beauté-Hygiène	104	4%	52	4%	1	2%
Culture-Loisirs-Sports	86	3%	38	3%	1	2%
Auto/Moto : Commerces et entretien	215	8%	86	6%	6	14%
Autres commerces divers	48	2%	20	1%	2	5%
Café-Restaurants	501	18%	236	17%	10	24%
Services à caractère commercial	578	20%	272	19%	15	36%
Services tertiaires ayant vitrine sur rue	431	15%	279	20%	2	5%
Total	2 862	100%	1 396	100%	42	100%

Les deux premiers tableaux recensent les commerces ayant une surface de vente. Le troisième tableau est basé sur une typologie, précisée en annexe, et qui recense un éventail plus large de commerces.

d) Le commerce

- Commerces et surface de vente

Les commerces sont relativement peu nombreux dans la séquence n°2 (3% des commerces recensés dans le couloir d'étude). Parmi les 13 commerces recensés, l'hypermarché Leclerc structure l'armature commerciale de la séquence avec également la présence de deux supermarchés situés eux aussi à proximité du futur arrêt Tour Nessel.

Le total des surfaces de vente représente 7% des surfaces de vente recensées dans le couloir d'étude. Cette part, plus forte en surface de vente qu'en effectif, est liée à la présence d'un hypermarché et de trois supermarchés. Les commerces de moins de 300 m², peu nombreux, ne représentent que 5% de la surface de vente cumulée de la séquence n°2.

- Commerces et diversité commerciale

Il est difficile d'interpréter la répartition des commerces par activités car les effectifs des différentes catégories sont faibles. Deux caractéristiques peuvent cependant être dégagées :

- l'absence de commerces d'équipement de la personne, car la concurrence sur ce segment est forte avec la séquence n°3, limitrophe de la séquence n°2 et comprenant l'hypercentre commerçant de l'agglomération.
- un commerce sur trois est un service à caractère commercial (salon de coiffure, laboratoire d'analyses médicales, ...)



ENQUÊTE AUPRÈS DES COMMERÇANTS Séquence n°2

Enquête auprès des commerçants	Couloir	Séquence 2
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR LA CLIENTÈLE		
Renforcement de la clientèle de proximité	3%	0%
Renforcement de la clientèle de l'agglomération	13%	0%
Renforcement de la clientèle de passage	6%	20%
Pas d'influence	78%	80%
LIVRAISONS		
Entreprises livrées plus d'une fois par jour	41%	50%
Entreprises livrées une fois par jour	17%	0%
Entreprises livrées 1 à 5 fois par semaine	30%	25%
Entreprises livrées moins d'une fois par semaine	12%	25%
Entreprises livrées avant 7h	3%	25%
Entreprises livrées entre 7h et 12h	67%	50%
Entreprises livrées après 12h	4%	0%
Entreprises livrées sans heure fixe	25%	25%
Durée de livraison de moins de 30 minutes	73%	25%
Durée de livraison de plus de 30 minutes	27%	75%
Livraisons effectuées en voiture	36%	0%
Livraisons effectuées en camionnette	36%	25%
Livraisons effectuées en camion	18%	50%
Livraisons effectuées par un autre véhicule	9%	25%

Nombre de questionnaires : 5

- Enquête auprès des commerçants.

Le nombre de commerces localisés dans la séquence n°2 est faible. L'enquête auprès des acteurs économiques étant réalisée au quart, les résultats donnés par le dépouillement des réponses est à interpréter avec une grande précaution, car les pourcentages reposent sur cinq questionnaires seulement.

Cependant, la plupart des commerçants (4 sur 5) pensent que le tramway n'aura pas d'influence sur la fréquentation de leurs établissements.

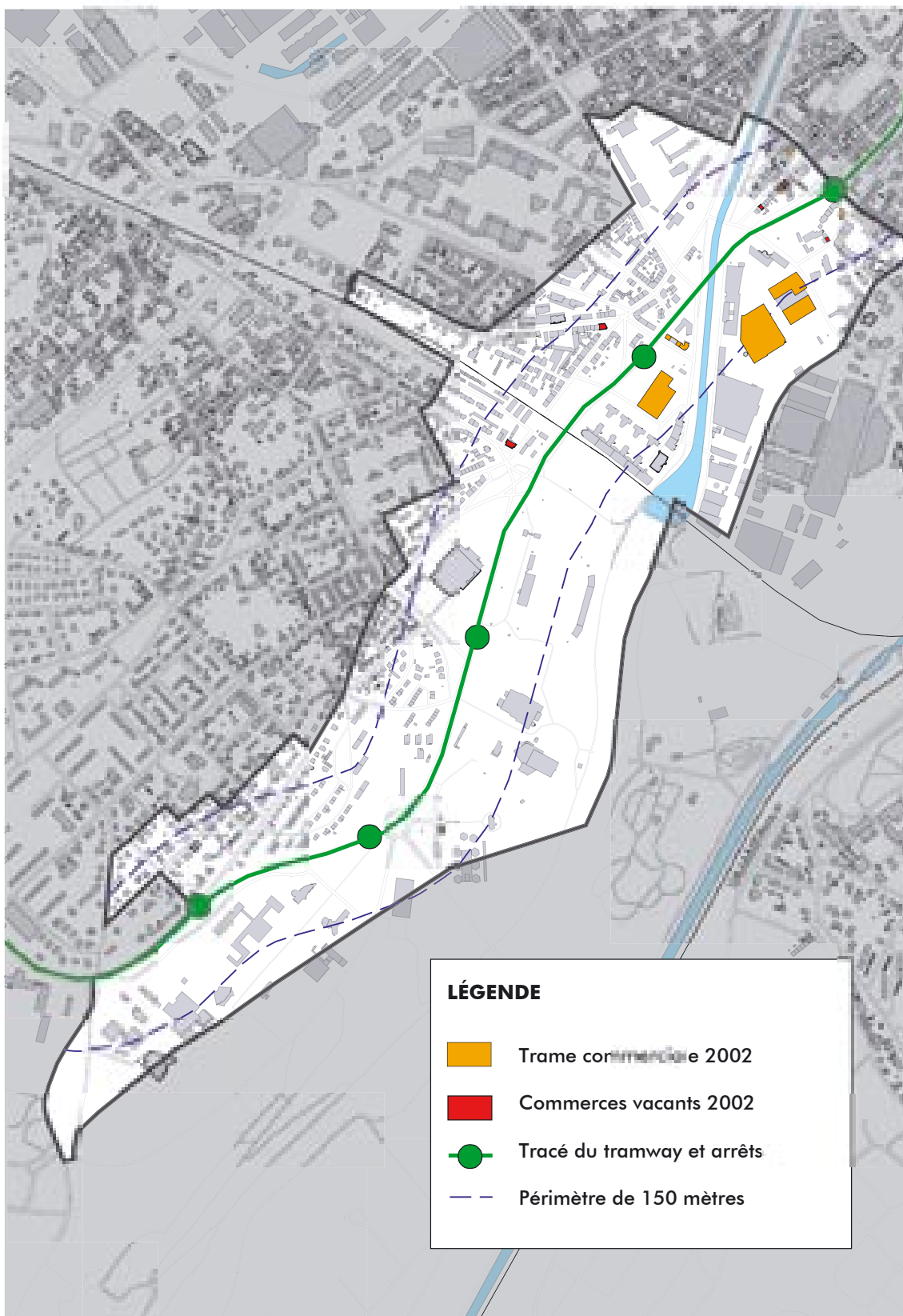
Les livraisons réalisées dans les commerces de la séquence n°2 se déroulent principalement le matin. Ce sont des livraisons réalisées majoritairement en camion, et la durée est de plus de 30 minutes.

Les caractéristiques des livraisons dans la séquence n°2 sont conditionnées par la présence d'un hypermarché et de deux supermarchés.

- Trame commerciale et friches commerciales

La trame commerciale de la séquence n°2 se polarise autour du futur arrêt Tour Nessel, dans la rue Gay-Lussac.

Quelques friches commerciales ont été recensées dans le tissu urbain (rue de Galfingue et près du futur arrêt Porte Haute).



LES ENJEUX DANS LA SÉQUENCE n°2

La séquence n°2 se caractérise par la présence de trois types d'équipements :

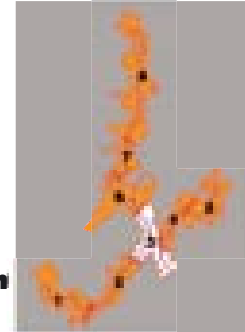
- **l'Université de Haute Alsace,**
- **les équipements sportifs et de loisirs de la plaine de l'Ill,**
- **un hypermarché situé en milieu urbain.**

Ces équipements confèrent à la séquence n°2 un fort pouvoir d'attraction, dépassant largement le périmètre du territoire de référence.

L'enjeu de l'arrivée du tramway dans cette séquence n°2 est de savoir dans quelle mesure les modes de déplacements vont être modifiés lors de la fréquentation des établissements présents, et quelles en seront les conséquences sur l'attractivité du tissu économique local.



3. Séquence n°3 : Centre-ville de Mulhouse



a) Localisation géographique et contexte urbain

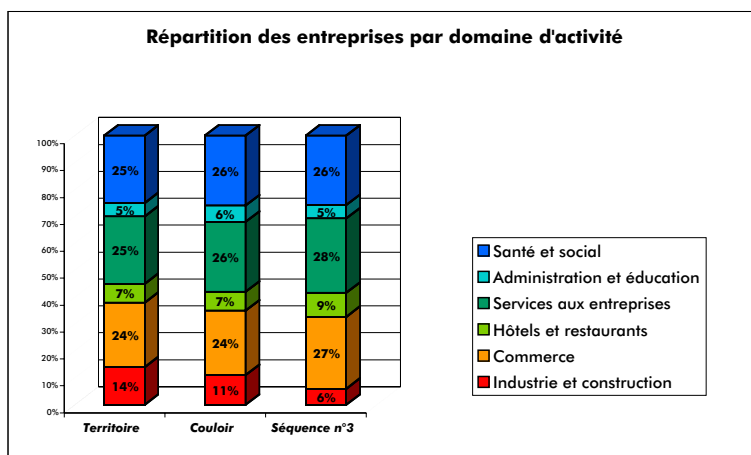
Le périmètre de la séquence n°3 comprend l'hypercentre commerçant de l'agglomération mulhousienne. Le tissu économique et urbain est composé d'équipements administratifs, économiques et commerciaux à fort pouvoir d'attraction.

Sept arrêts composent la séquence qui est traversée à la fois par la ligne est-ouest reliant les Coteaux à Illzach-Modenheim, et par la ligne nord-sud reliant la gare de Mulhouse à Wittenheim.

Les deux lignes se croisent à la porte Jeune, au droit de la tour de l'Europe.

ÉTABLISSEMENTS ET EMPLOIS

Séquence n°3



Type d'établissements	Territoire		Couloir		Séquence n°3	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Industrie et construction	1 179	14%	390	11%	119	6%
Commerce	2 010	24%	862	24%	552	27%
Hôtels et restaurants	566	7%	258	7%	182	9%
Services aux entreprises	2 056	25%	927	26%	574	28%
Administration et éducation	415	5%	214	6%	102	5%
Santé et social	2 024	25%	943	26%	547	26%
Total	8 250	100%	3 594	100%	2 076	100%

Nombre de salariés	Territoire		Couloir		Séquence n°3	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0 salarié	3 055	37%	1 266	35%	696	34%
De 1 à 2 salariés	2 080	25%	946	26%	573	28%
De 3 à 9 salariés	1 859	23%	847	24%	542	26%
De 10 à 19 salariés	432	5%	173	5%	103	5%
De 20 à 49 salariés	299	4%	118	3%	56	3%
Plus de 49 salariés	171	2%	58	2%	22	1%
Effectifs indéterminés	354	4%	186	5%	84	4%
TOTAL	8 250	100%	3 594	100%	2 076	100%

Date de création	Territoire		Couloir		Séquence n°3	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Avant 1990	1 839	24%	860	26%	473	24%
Entre 1990 et 1999	4 197	54%	1 793	53%	1 077	55%
Depuis 2000	1 735	22%	707	21%	392	20%
TOTAL	7 771	100%	3 360	100%	1 942	100%
Non renseigné	479		234		134	

b) Etablissements et emplois

- Domaines d'activité

La séquence n°3 correspondant au pôle central de l'agglomération, il est logique d'y trouver une forte proportion des établissements présents dans le couloir d'étude. Ainsi, 58% des établissements recensés dans le couloir sont localisés dans la séquence n°3. Ce pourcentage est variable selon le domaine d'activité considéré : pour le secteur hôtellerie-tourisme, la séquence n°3 regroupe 70% des établissements recensés.

Vu le poids que représente la séquence n°3 dans le couloir d'étude s'agissant des établissements recensés, la moyenne du couloir d'étude dépend fortement de la séquence n°3. La moyenne de la séquence n°3 est donc proche de la moyenne du couloir d'étude. Les services aux entreprises, le commerce et le domaine santé/action sociale représentent chacun plus d'un quart des entreprises.

- Taille des établissements

Les établissements localisés dans la séquence n°3 sont majoritairement des établissements de moins de 10 salariés. Et moins de 5% des établissements ont plus de 20 salariés.

Les activités du commerce, des services aux entreprises et de la santé sont assurées principalement par des entreprises de petite taille (petites PME, petits commerces, professions libérales)

- Date de création des entreprises existantes

L'essentiel des entreprises ont été créées entre 1990 et 1999 (56%). En ce qui concerne les établissements plus récents, ils représentent un établissements sur cinq dans la séquence n°2, mais aussi 55% des établissements créés depuis 2000 dans le couloir d'étude. Cette séquence profite donc à la fois d'un dynamisme économique et d'une attractivité pour l'implantation d'entreprises.

ENQUÊTE AUPRÈS DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Séquence n°3

Enquête auprès des acteurs économiques	Couloir	Séquence 3
AGE DE L'ENTREPRISE A L'ADRESSE ACTUELLE		
Depuis moins de deux ans	12%	14%
Entre deux et cinq ans	17%	18%
Entre cinq et dix ans	17%	16%
Depuis plus de 10 ans	54%	52%
QUALITÉ DE LA LOCALISATION ACTUELLE		
Entreprises satisfaites ou très satisfaites de leur implantation	85%	84%
Entreprises peu ou pas satisfaites de leur implantation actuelle	15%	16%
EFFECTIFS SALARIÉS DES ÉTABLISSEMENTS		
Evolution positive des effectifs 2001-2002	12%	11%
Evolution négative des effectifs 2001-2002	17%	16%
Prévision d'évolution positive des effectifs 2002-2003	18%	13%
Prévision d'évolution négative des effectifs 2002-2003	22%	18%
CHIFFRES D'AFFAIRES		
Evolution positive du chiffre d'affaires 2000-2001	42%	43%
Evolution négative du chiffre d'affaires 2000-2001	15%	15%
Prévision d'évolution positive du chiffre d'affaires 2001-2002	36%	33%
Prévision d'évolution négative du chiffre d'affaires 2001-2002	20%	23%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE PENDANT LES TRAVAUX		
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	71%	79%
Négative sur le chiffre d'affaires	45%	51%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE APRÈS LES TRAVAUX		
Positive sur l'accessibilité pour la clientèle	41%	45%
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	15%	15%
Positive sur le chiffre d'affaires	24%	32%
Négative sur le chiffre d'affaires	11%	12%
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR L'ACTIVITÉ		
Le tramway aura une incidence positive sur l'activité	26%	30%
Le tramway n'aura pas d'incidence sur l'activité	48%	44%
Le tramway aura une incidence négative sur l'activité	16%	16%
Ne sait pas	9%	11%
PROJETS DE L'ÉTABLISSEMENT		
Entreprises envisageant aujourd'hui de déménager	6%	7%
Entreprises envisageant aujourd'hui de réaliser des travaux	12%	12%

Nombre de questionnaires : 302

- Résultats de l'enquête auprès des acteurs économiques

Sur les plus de 500 questionnaires réalisés sur l'ensemble du couloir d'étude auprès des dirigeants d'entreprises, 292 entretiens ont été réalisés dans la séquence n°3 pour respecter les quotas définis.

Globalement, les réponses des dirigeants d'entreprises de la séquence n°3 ne diffèrent pas beaucoup de l'ensemble des réponses collectées par l'enquête auprès des acteurs économiques.

Alors que sur les thèmes de l'âge de l'entreprise, la localisation, les effectifs et le chiffre d'affaires, les réponses sont sensiblement comparables à l'ensemble de l'échantillon interrogé, les réponses aux questions relatives à l'influence du tramway mettent en évidence une opinion particulière des dirigeants d'entreprises de la séquence n°3.

Plus qu'ailleurs, les dirigeants pensent aujourd'hui que le tramway aura une influence positive sur l'activité de l'entreprise (30% contre 26% pour l'ensemble du couloir). Le différentiel entre les dirigeants attendant une influence positive et ceux attendant une influence négative est de 14 points (contre 10 points dans le couloir d'étude).

S'agissant de l'influence des travaux de réalisation des lignes de tramway sur l'accessibilité et le chiffre d'affaire, l'opinion est plus marquée dans la séquence n°3 que pour l'ensemble du couloir. En effet, 79% des dirigeants craignent une influence négative des travaux sur l'accessibilité de l'entreprise (contre 71% pour l'ensemble du couloir), et 51% des dirigeants s'attendent à une baisse du chiffre d'affaire (contre 45% pour l'ensemble du couloir).

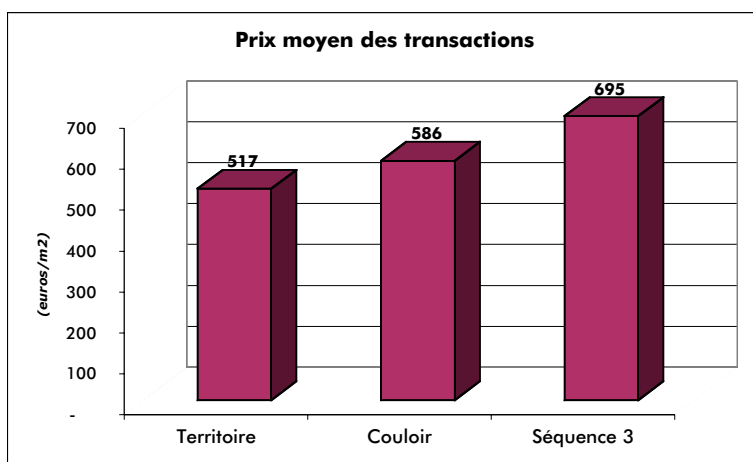
Cette crainte est liée à la fonction commerciale de la séquence n°3. Le commerce est sans doute l'activité économique qui est la plus sensible aux modifications des conditions d'accès à l'hypercentre de Mulhouse. D'où l'expression de cette inquiétude

Par contre, les dirigeants d'entreprises attendent plus largement qu'ailleurs des retombées positives de la mise en service du tramway, s'agissant à la fois de l'accessibilité et du chiffre d'affaires.



IMMOBILIER ET FONCIER Séquence n°3

Transactions	Territoire		Couloir		Séquence n°3	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Transactions 2000	143	48%	64	52%	45	52%
Transactions 2001	152	52%	58	48%	42	48%
TOTAL	295	100%	122	100%	87	100%





c) Immobilier et foncier

La grande majorité des transactions foncières et immobilières concernant un projet à vocation économique se localise au sein de la séquence n°3. En effet, pour les années 2000 et 2001, plus de 70% des transactions observées ont concerné la séquence n°3.

Le prix moyen des transactions dans la séquence n°3 est supérieur de près de 20% à la moyenne des prix observés dans le couloir d'étude. Cet écart est lié à la localisation et à la fonction centrale de la séquence n°3.

COMMERCE

Séquence n°3

Nombre de commerces	Territoire		Couloir		Séquence n°3	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Moins de 300 m2	934	85%	462	90%	335	92%
Entre 300 et 2500 m2	151	14%	42	8%	26	7%
Plus de 2500 m2	17	2%	7	1%	2	1%
TOTAL	1 102	100%	511	100%	363	100%

Surface de vente cumulée	Territoire		Couloir		Séquence n°3	
	m2	%	m2	%	m2	%
Moins de 300 m2	61 693	20%	30 674	30%	23 113	37%
Entre 300 et 2500 m2	140 020	45%	40 072	40%	29 907	48%
Plus de 2500 m2	106 810	35%	30 313	30%	9 400	15%
TOTAL	308 523	100%	101 059	100%	62 420	100%

Activité commerciale	Territoire		Couloir		Séquence n°3	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Commerces multiples	41	1%	21	2%	3	0%
Commerces alimentaires	286	10%	114	8%	66	7%
Équipement de la personne	300	10%	156	11%	141	16%
Équipement de la maison	272	10%	122	9%	86	10%
Santé-Beauté-Hygiène	104	4%	52	4%	39	4%
Culture-Loisirs-Sports	86	3%	38	3%	29	3%
Auto/Moto : Commerces et entretien	215	8%	86	6%	25	3%
Autres commerces divers	48	2%	20	1%	11	1%
Café-Restaurants	501	18%	236	17%	170	19%
Services à caractère commercial	578	20%	272	19%	153	17%
Services tertiaires ayant vitrine sur rue	431	15%	279	20%	168	19%
Total	2 862	100%	1 396	100%	891	100%

Les deux premiers tableaux recensent les commerces ayant une surface de vente. Le troisième tableau est basé sur une typologie, précisée en annexe, et qui recense un éventail plus large de commerces.

d) Le commerce

- Commerces et surface de vente

La séquence n°3 regroupe à elle seule plus de 70% des commerces recensés dans le couloir d'étude. De ce fait, la répartition des commerces selon leur surface ne diffère pas de la moyenne du couloir compte tenu de la part de cette séquence dans l'ensemble de l'observation.

Par contre, la répartition des surfaces de vente cumulées met en évidence une particularité de la séquence n°3 par rapport à l'ensemble du couloir : les surfaces de vente de moins de 300 m² et les supermarchés sont sur-représentés par rapport à la situation de l'ensemble du couloir.

- Commerces et diversité commerciale

Là encore, la part importante que représente la séquence n°3 dans l'ensemble de l'échantillon d'observation ne permet pas de singulariser de manière nette la situation de la séquence par rapport à l'ensemble du couloir.

Cependant, la part respective de la séquence n°3 par activité commerciale permet d'identifier les activités qui sont sur-représentées au centre-ville de Mulhouse par rapport à l'ensemble du couloir. Ce sont les activités commerciales qui s'implantent plus spécifiquement dans les hypercentres commerciaux des agglomérations : équipement de la personne (dont habillement), culture-loisirs-sports, café-restaurants.

ENQUÊTE AUPRÈS DES COMMERÇANTS

Séquence n°3

Enquête auprès des commerçants	Couloir	Séquence 3
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR LA CLIENTÈLE		
Renforcement de la clientèle de proximité	3%	3%
Renforcement de la clientèle de l'agglomération	13%	16%
Renforcement de la clientèle de passage	6%	5%
Pas d'influence	78%	76%
LIVRAISONS		
Entreprises livrées plus d'une fois par jour	41%	30%
Entreprises livrées une fois par jour	17%	17%
Entreprises livrées 1 à 5 fois par semaine	30%	37%
Entreprises livrées moins d'une fois par semaine	12%	16%
Entreprises livrées avant 7h	3%	1%
Entreprises livrées entre 7h et 12h	67%	79%
Entreprises livrées après 12h	4%	4%
Entreprises livrées sans heure fixe	25%	16%
Durée de livraison de moins de 30 minutes	73%	79%
Durée de livraison de plus de 30 minutes	27%	21%
Livraisons effectuées en voiture	36%	37%
Livraisons effectuées en camionnette	36%	41%
Livraisons effectuées en camion	18%	16%
Livraisons effectuées par un autre véhicule	9%	5%

Nombre de questionnaires : 83

- Enquête auprès des commerçants.

Il est indispensable de rappeler les caractéristiques morphologiques de la séquence n°3 pour interpréter les réponses des commerçants aux questions posées lors de l'enquête. La séquence n°3 comprend l'hypercentre de Mulhouse, dont le plateau piétonnier.

Les réponses des commerçants aux questions relatives aux livraisons tiennent donc compte des contraintes liées aux livraisons des activités économiques et commerciales des centres-villes.

Moins qu'ailleurs :

- il y a des commerces livrés plus d'une fois par jour (30% contre 41% sur l'ensemble du couloir) ;
- les livraisons se déroulent sans heures fixes (16% contre 25%) ;
- les livraisons durent plus de 30 minutes.

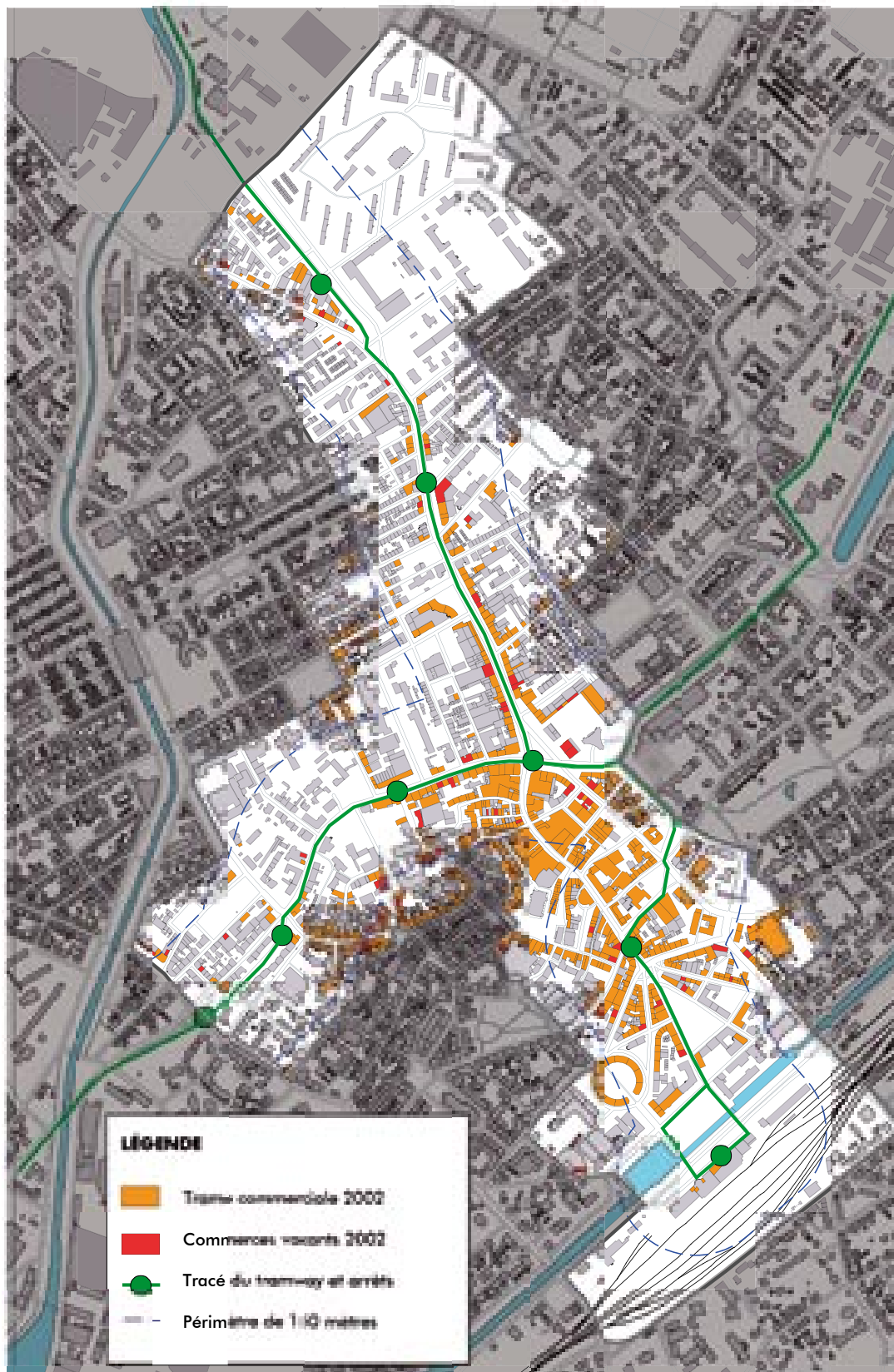
Et plus qu'ailleurs :

- les entreprises sont livrées entre 1 et 5 fois par semaine ;
- les entreprises sont livrées entre 7h et 12h ;
- les livraisons sont effectuées en camionnette.

- Trame commerciale et friches commerciales

La séquence n°3 est la séquence parmi les huit qui comprend le plus de friches commerciales en 2002. Les causes sont multiples (inadaptation de l'offre aux exigences du marché actuel, vétusté, ...). Il sera intéressant d'observer si la réalisation du tramway va participer dans les années à venir à un dynamisme renforcé du commerce de centre-ville, et donc à une réaffectation de certaines friches commerciales.

Certains axes représentent des enjeux majeurs pour la vitalité et l'image du commerce à Mulhouse, comme par exemple l'avenue de Colmar, qui, entre les futurs arrêts Porte Jeune et Colmar, comprend aujourd'hui un nombre important de friches commerciales ayant une vitrine directement sur l'avenue.



COMPLÉMENT POUR LA SÉQUENCE n°3 :

COMPTAGES ET ENQUÊTES PIÉTONS

La situation particulière de la séquence n°3 dans le couloir d'étude (le périmètre de la séquence n°3 englobe l'hypercentre commercial de l'agglomération mulhousienne) a conduit à doter l'observatoire des impacts du tramway sur l'activité économique d'un dispositif visant à connaître les caractéristiques de la fréquentation des usagers du centre-ville, et les attentes de ces derniers.

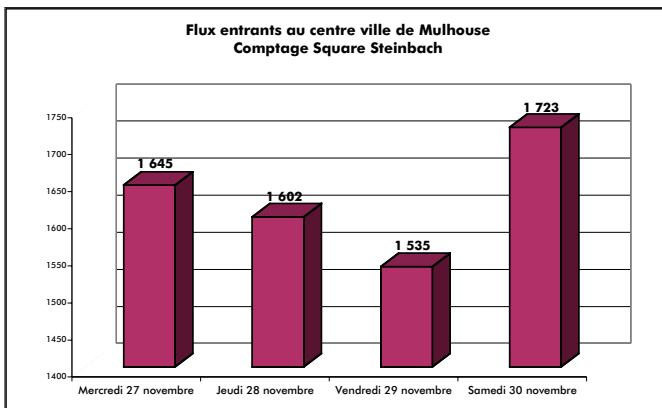
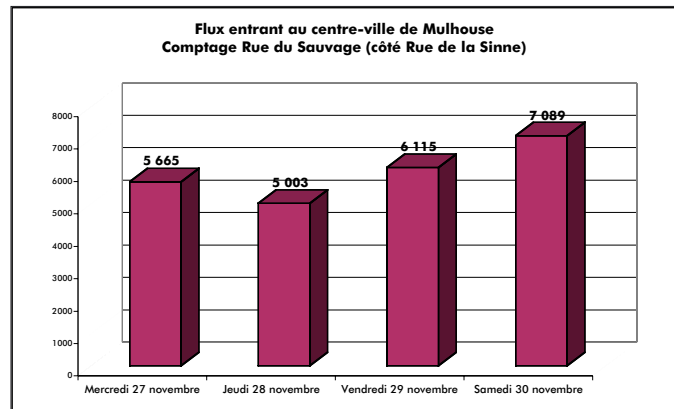
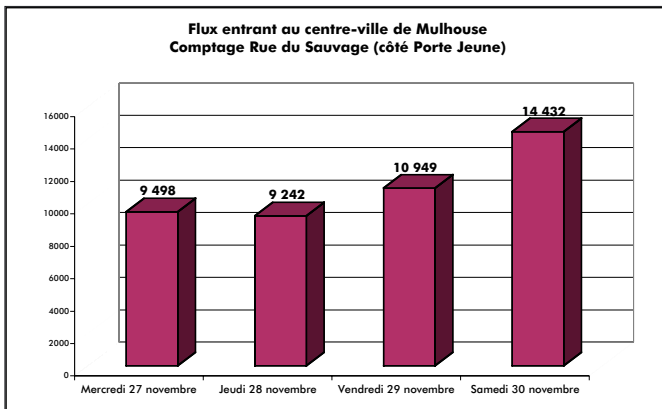
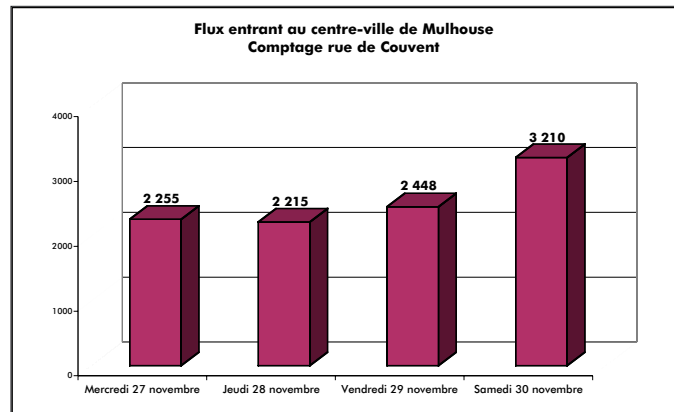
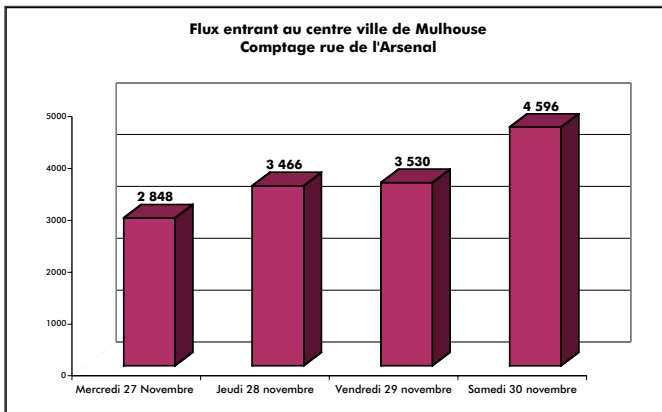
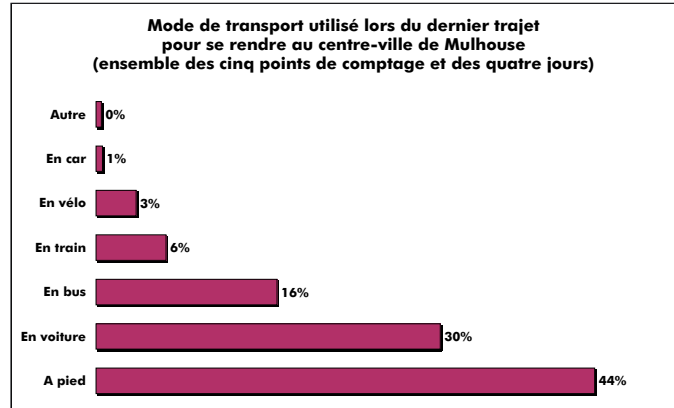
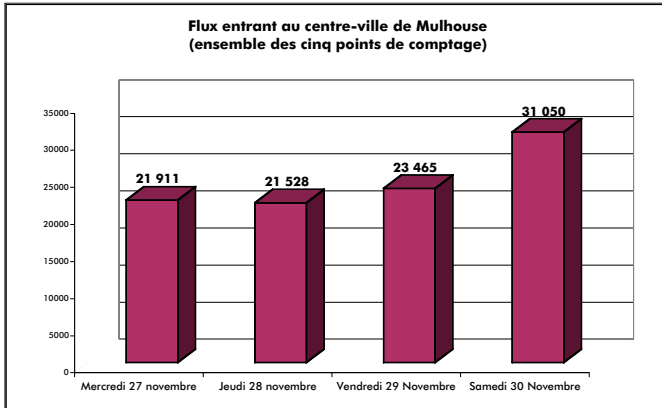
Le premier volet du dispositif est un comptage des flux piétonniers entrants dans le centre de la ville de Mulhouse. Ce comptage s'est déroulé pendant quatre jours consécutifs (mercredi, jeudi, vendredi et samedi). Les points de comptages ont été définis en fonction de deux critères :

- ces points devaient permettre de comptabiliser les flux principaux d'entrée sur le plateau piétonnier de Mulhouse ;
- ces points devaient se situer à l'interface entre le plateau piétonnier et le futur tracé du tramway, de telle manière à pouvoir suivre les évolutions des flux piétonniers entrants.

De cette manière, cinq points de comptages ont été identifiés.

Le second volet du dispositif a été mis en place de manière conjointe au premier : une campagne d'enquêtes auprès des usagers piétons accédant au centre-ville de Mulhouse.

ENQUÊTE AUPRÈS DES USAGERS PIETONS DU CENTRE VILLE DE MULHOUSE Caractéristiques de la fréquentation

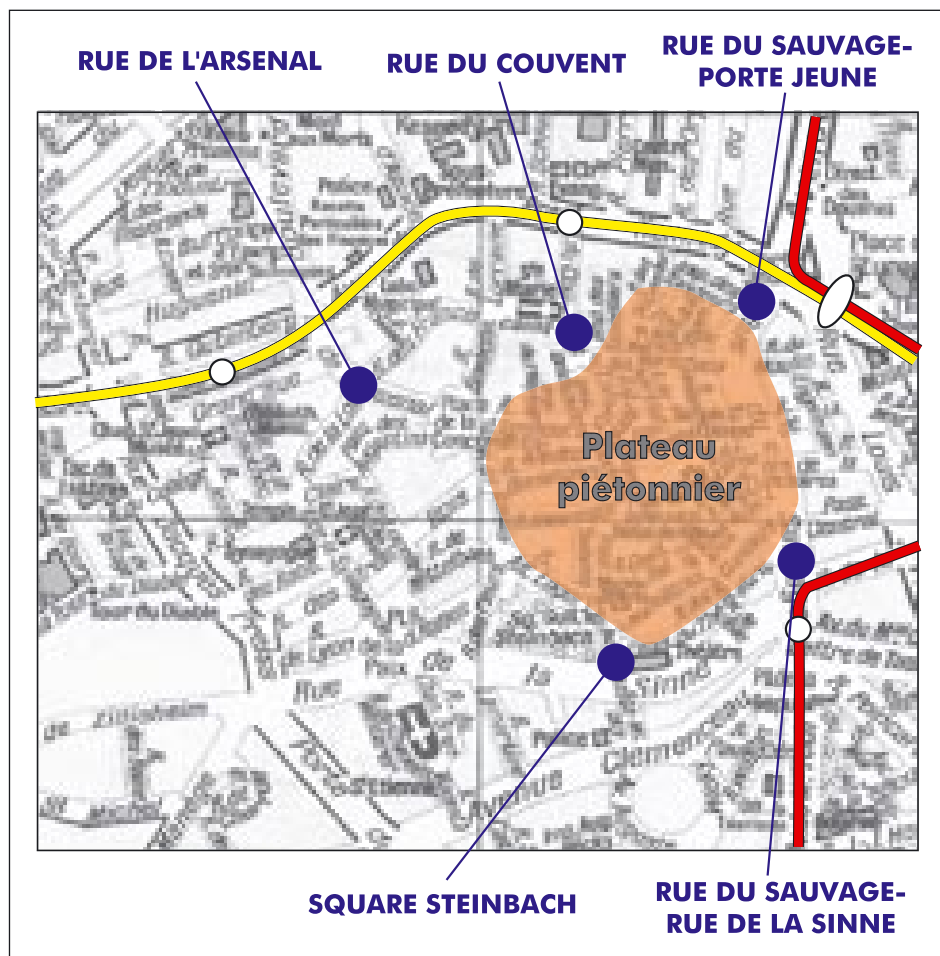


- Comptages des flux piétonniers entrants

Globalement, les flux piétonniers entrants au centre-ville de Mulhouse sont sensiblement équivalents pour les jours de semaine. Par contre, les flux piétonniers observés le samedi sont supérieurs de 50% aux flux des autres journées.

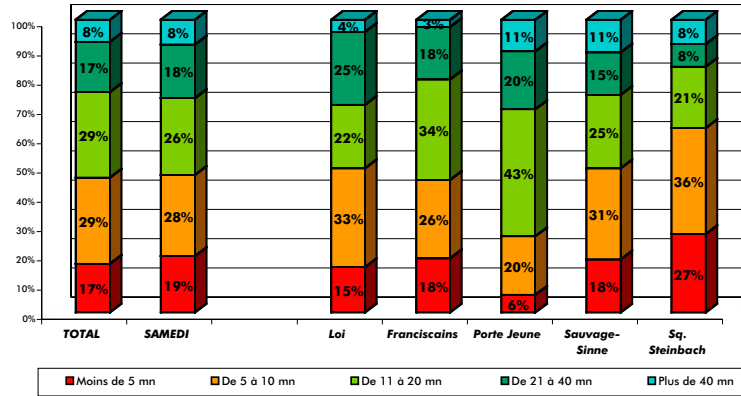
Chaque point de comptages présente une évolution journalière des flux qui lui est propre, et qui dépend des modes et des motifs de déplacement des usagers comptabilisés. Par exemple, le point de comptages du Square Steinbach recense, principalement les actifs travaillant à Mulhouse et utilisant le train pour se rendre à Mulhouse (la gare de Mulhouse est située à 100 mètres du square).

S'agissant du mode de déplacement pour se rendre du domicile au centre-ville de Mulhouse, 44% des personnes interrogées déclarent être venues à pied, 30% en voiture et 16% en bus. Il sera intéressant de suivre l'évolution de ces indicateurs avec la mise en service du tramway.

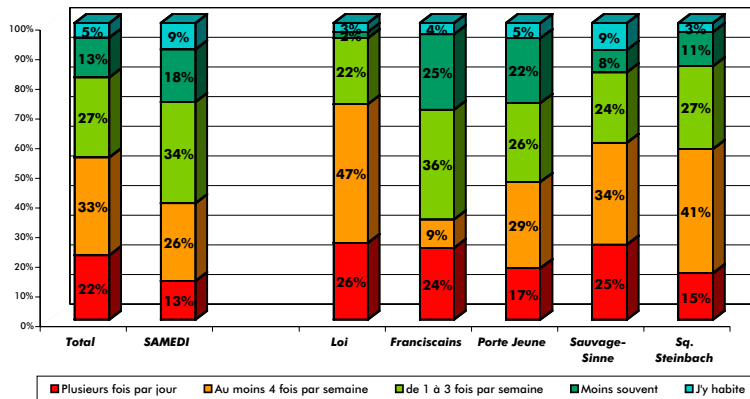


Caractéristiques de la fréquentation et attractivité des commerces

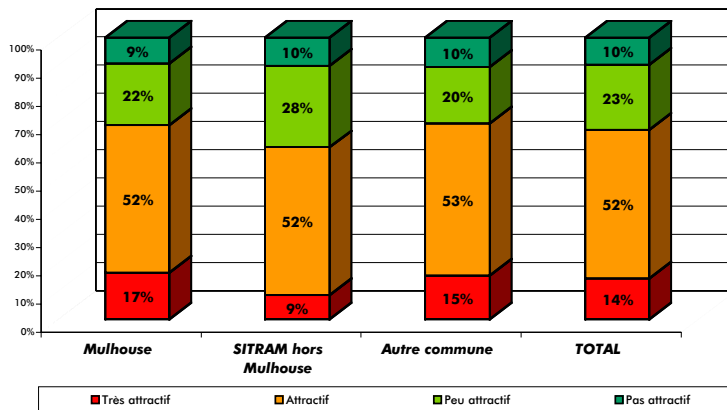
Temps de parcours pour se rendre au centre-ville de Mulhouse



Fréquentation du centre-ville de Mulhouse



Avis sur l'attractivité du centre-ville de Mulhouse



- Le temps de parcours

La notion de temps de parcours permet de comprendre pourquoi la part des usagers ayant fait le trajet domicile-centre à pied est la catégorie la plus représentée. En effet, 46% des parcours ont duré moins de 10 minutes.

La situation est variable d'un point de comptages à un autre. L'explication tient dans l'offre de transport qui dessert les environs de la zone de comptages. Par exemple, les temps de parcours compris entre 11 et 40 minutes des personnes interrogées Porte du Sauvage/Porte Jeune est de 63%. Or, la Porte Jeune est un noeud de convergence de plusieurs lignes de transport en commun. Ce point d'enquête concerne donc des personnes habitant des communes desservies par le réseau de bus SOLEA.

Pour bien comprendre la situation de chaque point, il est donc indispensable de connaître l'offre et la desserte de transport disponible à proximité. De la même manière, les modifications éventuelles des répartitions des temps de parcours au cours de réactualisation de l'observatoire nécessitera de connaître l'offre de transport et de stationnement, ainsi que de son évolution entre les différentes date de l'observatoire des impacts économiques.

- Rythme de fréquentation du centre-ville de Mulhouse

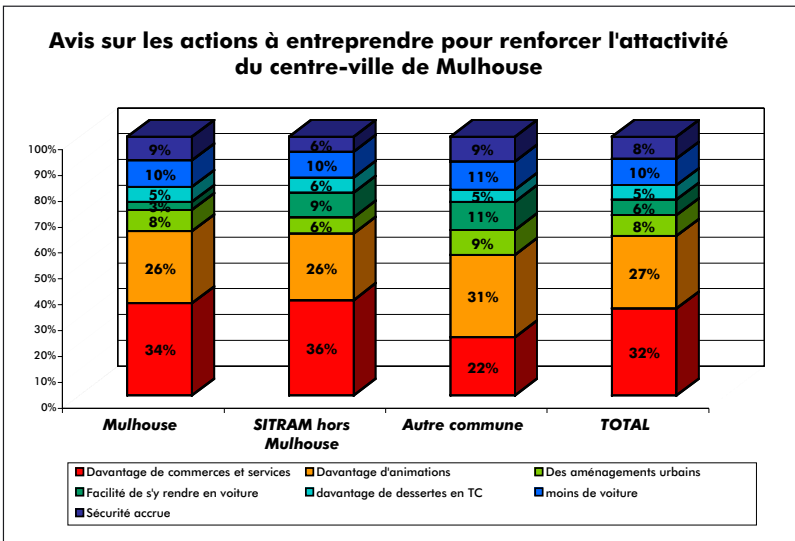
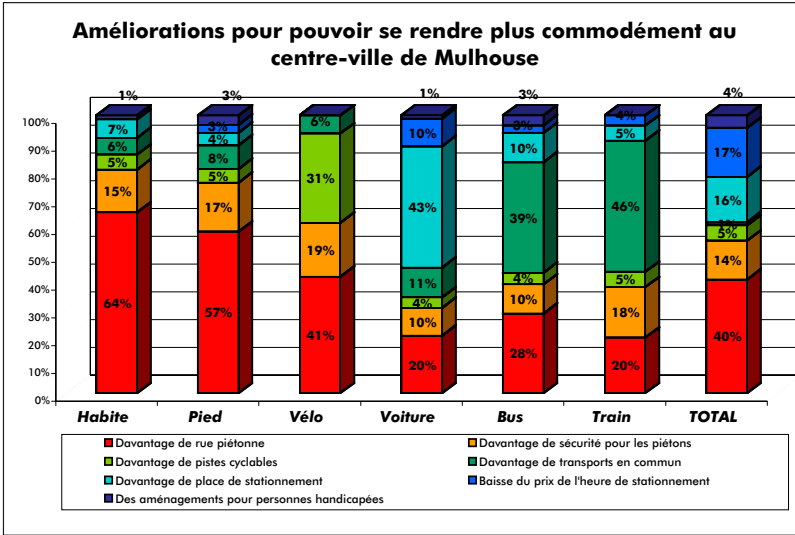
Plus de huit personnes interrogées sur dix fréquentent le centre-ville de Mulhouse au moins une fois par semaine. La part des usagers se rendant moins d'un fois par semaine au centre-ville est plus importante le samedi (le motif du déplacement est alors liée à des achats ou à une activité de type loisir). Cette explication est confirmée par la part importante de cette catégorie de personnes aux deux extrémités de la Rue du Sauvage, axe commerçant structurant de la ville.

- L'attractivité du centre-ville de Mulhouse

Dans l'ensemble, la majorité (66%) des usagers du centre-ville de Mulhouse estime que le centre-ville de Mulhouse est attractif.

Cependant, une personne sur trois considère que le lieu qu'elle fréquente n'est pas attractif. Et cette proportion est encore plus forte lorsque l'on interroge les habitants de Mulhouse et les habitants des communes desservies par le réseau SOLEA.

Attentes des usagers



- Les améliorations attendues

Les attentes des personnes interrogées quant aux aménagements à réaliser dans le centre-ville varient nettement en fonction du mode de déplacement de la personne interrogée, ce qui est logique.

Ainsi, les personnes habitant à Mulhouse ou s'étant rendue au centre-ville à pied (et donc habitant à proximité du centre-ville) souhaitent très majoritairement davantage de rues piétonnes (64%) et de pistes cyclables (15%) car cela correspond à leur mode de déplacement.

Par contre, les attentes des personnes ayant utilisé la voiture pour faire le trajet domicile-centre sont très différentes. Elles ne sont plus que 20% à souhaiter davantage de rue piétonnes. Ces personnes attendent surtout un agrandissement du parc de stationnement (43%).

Enfin, les personnes usagers d'un service de transport en commun (train, bus) souhaitent d'abord une offre de transport en commun plus étoffée.

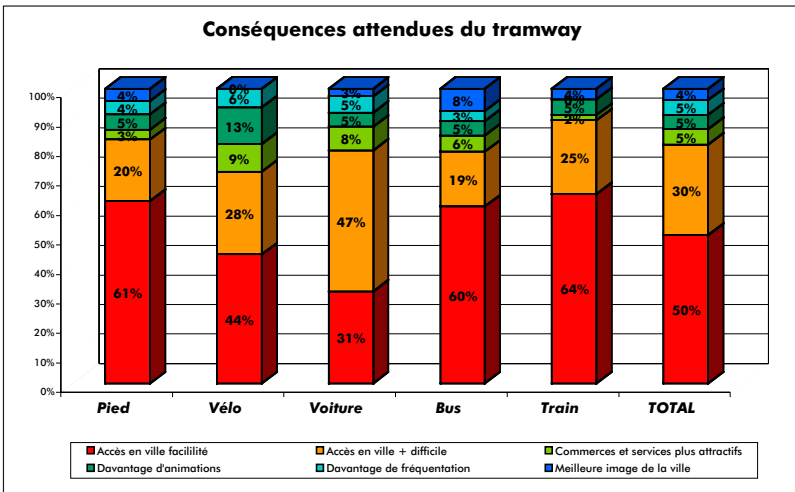
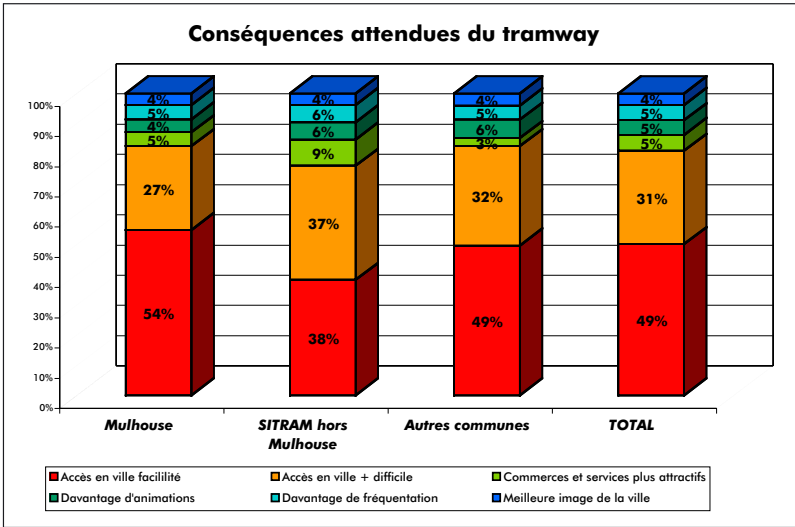
- Les actions à entreprendre

Globalement, les deux actions qui sont placées en tête par les usagers sont :

- davantage de commerces et de services ;
- davantage d'animations dans le centre-ville.

Ces deux attentes fortes des usagers du centre-ville, représentant à elles deux plus de la moitié des réponses quelle que soit la commune d'origine de la personne interrogée, abondent dans le sens d'un pouvoir d'attraction à développer et à renforcer pour le centre-ville commerçant de la ville de Mulhouse.

Conséquences attendues du tramway



- Les conséquences attendues du tramway sur l'attractivité et l'accessibilité

Selon la commune de résidence

Les usagers du centre-ville de Mulhouse interrogés lors de cette enquête pensent majoritairement (49%) que le tramway facilitera l'accès au centre-ville. Mais la proportion des personnes exprimant une opinion opposée est loin d'être négligeable : 27% pour les résidents de Mulhouse (contre 54% d'opinions favorables) et 37% pour les habitants des communes du SITRAM hors Mulhouse (contre 38% d'opinion favorable, soit quasiment à part égale).

Les autres propositions de réponses (commerces plus attractifs, davantage d'animations, meilleure image de la ville) représentent chacune 5% des réponses des personnes interrogées.

Les préoccupations liées aux déplacements et à l'accessibilité du centre-ville de Mulhouse est au coeur des préoccupations des opinions exprimées.

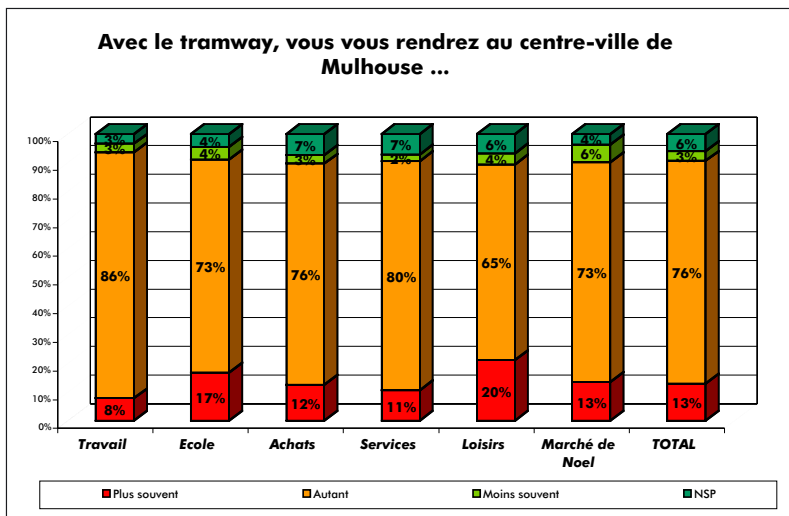
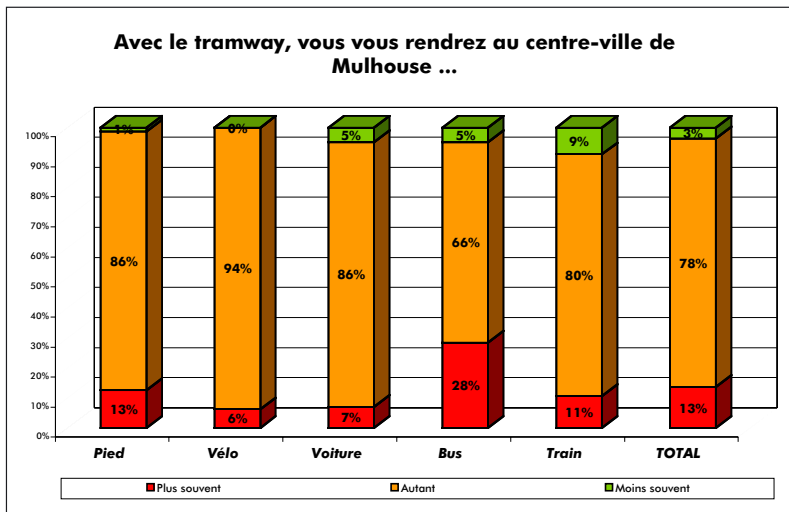
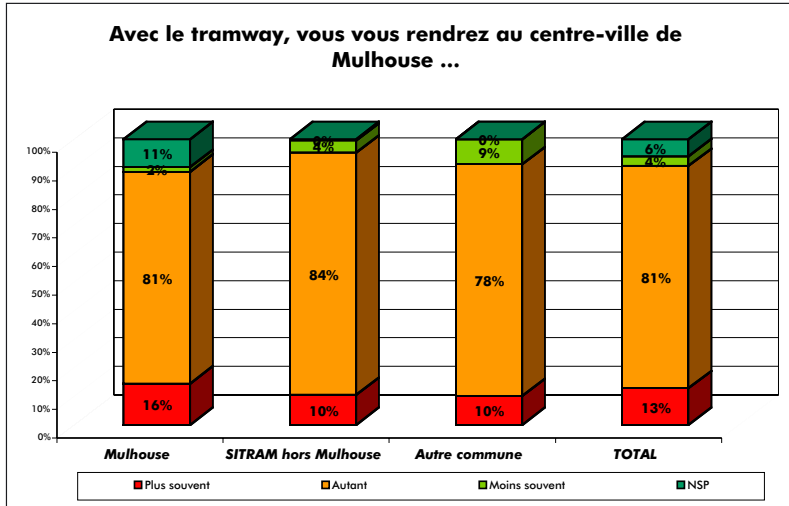
Selon le mode de transport utilisé

La part des différentes réponses est très variable aussi en fonction du mode de déplacement utilisé, faisant apparaître des opinions spécifiques à chaque groupe, en fonction de son comportement.

Logiquement, les usagers se rendant uniquement à pied au centre-ville estiment que l'accès sera plutôt facilité (61%). A contrario, près de la moitié (47%) des automobilistes estiment que l'une des conséquences du tramway sera de rendre plus difficile l'accès au centre-ville.



Future fréquentation du centre-ville de Mulhouse



- La future fréquentation du centre-ville de Mulhouse

Selon la commune de résidence

Même si la grande majorité des usagers du centre-ville interrogés pensent que la mise en service du tramway ne va pas modifier leur rythme de fréquentation de l'hypercentre mulhousien, il est cependant intéressant de noter que le différentiel entre les personnes estimant qu'il se rendront plus souvent au centre-ville et ceux qui pensent l'inverse est de +14 points pour les habitants de Mulhouse. Ce différentiel n'est plus que de +6 points pour les habitants des communes du SITRAM hors Mulhouse. Et pour les communes hors de ce périmètre, le différentiel est presque nul.

Ce résultat est à mettre en parallèle avec les opinions des automobilistes qui estiment que l'accessibilité au centre-ville sera rendue plus difficile. Or, les habitants des communes non desservies par le réseau SOLEA se rendent à Mulhouse en voiture essentiellement.

Selon le mode de transport utilisé

Plus de trois personnes interrogées sur quatre estiment que son rythme de fréquentation du centre-ville ne va pas évoluer avec la mise en service du tramway.

Par contre, pour les usagers des bus du réseau SOLEA, une proportion plus importante envisage de fréquenter plus souvent le centre de Mulhouse. La réalisation du tramway pourrait donc augmenter la fréquentation du centre ville de Mulhouse pour la clientèle provenant des communes de l'agglomération.

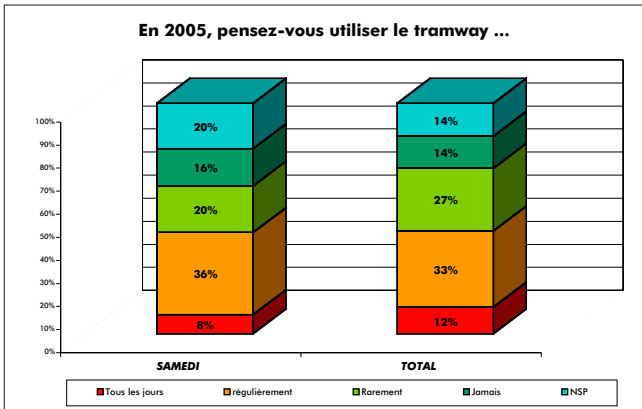
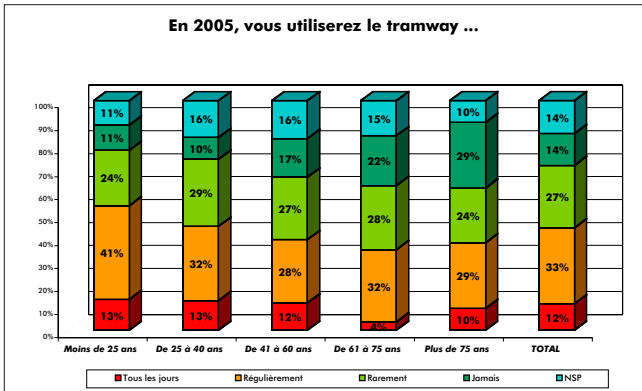
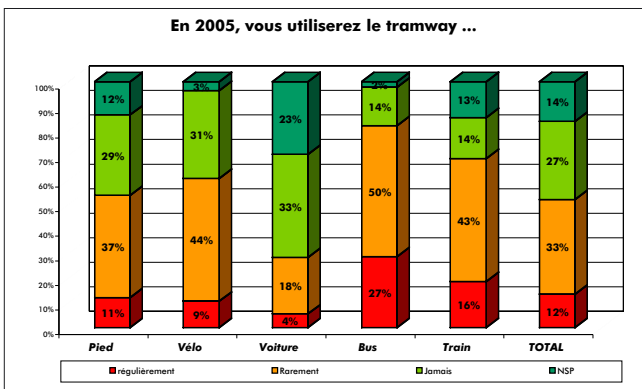
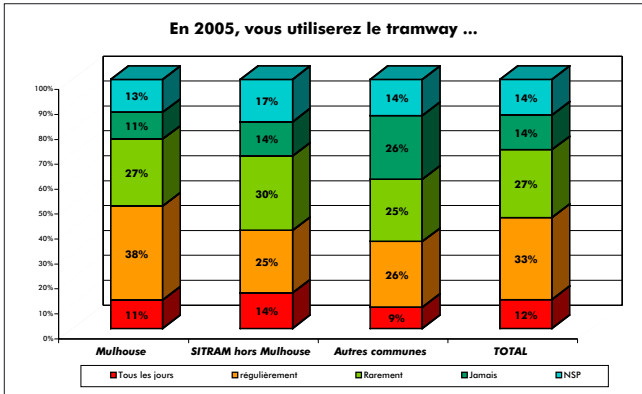
Selon le motif du déplacement

Là encore, une écrasante majorité des opinions expriment une stabilité de la future fréquentation du centre-ville par les usagers.

Cependant, pour deux motifs de déplacement (école et loisirs), la proportion de personnes pensant fréquenter plus souvent le centre-ville est plus importante (supérieure à 15% des réponses). Cette catégorie de la population est sans doute aussi en grande partie celle qui utilise aujourd'hui les transports en commun, (notamment pour ceux qui se rendent à l'école), ce qui indique un probable report des usagers des bus vers le tramway.



Future utilisation du tramway



- La future fréquentation du tramway

Selon la commune de résidence

La fréquentation future du tramway et le rythme de cette fréquentation dépend bien entendu de la commune de résidence de la personne interrogée. Les habitants de Mulhouse sont 55% à répondre qu'ils utiliseront le tramway tous les jours ou régulièrement. Cette catégorie ne représente plus que 39% pour les habitants des communes du SITRAM hors Mulhouse, et 35% pour les habitants d'autres communes. Les réponses varient donc avec la distance séparant les personnes interrogées du réseau de tramway.

Selon le mode de déplacement

Les automobilistes forment le groupe le plus rétif à l'utilisation du tramway. Ils ne sont que 4% à annoncer qu'ils utiliseront tous les jours le tramway (ce qui signifie sans doute un changement radical du mode de transport pour les déplacements quotidiens) et 18% à penser utiliser le tramway régulièrement. Et un automobiliste sur trois estime qu'il n'utilisera jamais le tramway.

Selon l'âge

Les personnes de moins de 25 ans forment le groupe le plus mobilisé pour utiliser à l'avenir le tramway tous les jours ou régulièrement (54%). Cette proportion décroît régulièrement avec l'âge des personnes.

Selon le jour d'enquête

Les opinions exprimées par les personnes fréquentant le centre-ville de Mulhouse le samedi est proche de la moyenne des opinions exprimées lors de cette enquête. La part des indécis interrogés le samedi est d'une personne sur cinq.



LES ENJEUX DANS LA SÉQUENCE n°3

La séquence n°3 regroupe la majorité des établissements administratifs, économiques et commerciaux recensés dans le couloir d'étude.

Cette séquence est, par sa fonction de coeur d'agglomération, un secteur stratégique pour l'observation des évolutions de la composition et de la localisation du tissu économique.

La Communauté d'Agglomération Mulhouse Sud Alsace a pour les années à venir un certain nombre de projets visant à renforcer le rayonnement du centre-ville de Mulhouse.

Ces projets se conjuguent avec la mise en service du tram-train, pour apporter au centre-ville de Mulhouse un surcroît d'attractivité.

Pour cette séquence, l'enjeu est de mesurer l'évolution d'attractivité du centre-ville, à laquelle participe le projet de tram-train, au travers :

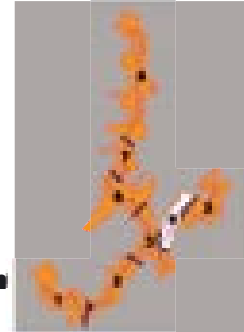
- **de l'intensité des flux piétons,**
- **de l'évolution de l'opinion des usagers,**
- **des variations observées quant à l'attractivité et à l'emprise du tissu commercial.**

Plusieurs sites compris dans le milieu urbain, autrefois actifs sur le plan économique et commercial, sont aujourd'hui en grande difficulté (Porte Jeune, avenue Kennedy, avenue Franklin, avenue de Colmar). Le tissu économique bénéficiera-t-il dans ces quartiers de l'effet de relance escompté ?



4. Séquence 4 : Nouveau Bassin

a) Localisation géographique et contexte urbain



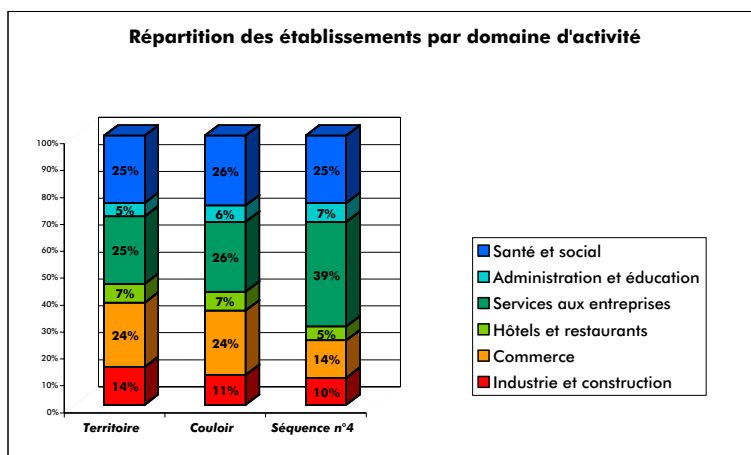
Plusieurs aménagements importants à l'échelle de l'agglomération ont été réalisés dans la séquence n°4 : l'aménagement du Nouveau Bassin dans les années 90 a permis une requalification le long du canal.

Une partie de ce périmètre est inclus au Grand Projet de Ville qui conduira à une réhabilitation en profondeur de la séquence.

La séquence n°4 se situe sur la ligne les Coteaux-Illzach, à l'est de la porte Jeune. Elle est constituée de 3 arrêts desservant principalement des quartiers d'habitat pour les deux premiers puis le Kinépolis et les commerces pour le dernier.

ÉTABLISSEMENTS ET EMPLOIS

Séquence n°4



Type d'établissements	Territoire		Couloir		Séquence n°4	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Industrie et construction	1 179	14%	390	11%	31	10%
Commerce	2 010	24%	862	24%	45	14%
Hôtels et restaurants	566	7%	258	7%	14	5%
Services aux entreprises	2 056	25%	927	26%	125	39%
Administration et éducation	415	5%	214	6%	23	7%
Santé et social	2 024	25%	943	26%	79	25%
Total	8 250	100%	3 594	100%	317	100%

Nombre de salariés	Territoire		Couloir		Séquence n°4	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0 salarié	3 055	37%	1 266	35%	129	41%
De 1 à 2 salariés	2 080	25%	946	26%	80	25%
De 3 à 9 salariés	1 859	23%	847	24%	61	19%
De 10 à 19 salariés	432	5%	173	5%	11	3%
De 20 à 49 salariés	299	4%	118	3%	9	3%
Plus de 49 salariés	171	2%	58	2%	9	3%
Effectifs indéterminés	354	4%	186	5%	18	6%
TOTAL	8 250	100%	3 594	100%	317	100%

Date de création	Territoire		Couloir		Séquence n°4	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Avant 1990	1 839	24%	860	26%	75	27%
Entre 1990 et 1999	4 197	54%	1 793	53%	142	50%
Depuis 2000	1 735	22%	707	21%	65	23%
TOTAL	7 771	100%	3 360	100%	282	100%
Non renseigné	479		234		35	

b) Etablissements et emplois

- Domaines d'activité

La séquence n°4 regroupe un peu moins de 10% des établissements recensés dans le couloir d'étude.

La composition du tissu économique de cette séquence montre que l'activité est surtout caractérisée par la sur-représentation des services aux entreprises (39% des établissements, contre 26% dans l'ensemble du couloir).

Même si la séquence n°4 est limitrophe du centre-ville de Mulhouse, l'activité économique n'est pas caractérisée par une présence forte de l'appareil commercial (la part du commerce est inférieure de 10 points à la moyenne du couloir d'étude).

- Taille des établissements

La répartition des entreprises par nombre de salariés montre que les établissements de la séquence n°4 sont surtout, et plus qu'ailleurs, des établissements sans salariés. Cette caractéristique est le résultat d'une présence forte de professions libérales dans cette séquence.

- Date de création des entreprises existantes

La répartition des établissements par date de création ne singularise pas nettement la séquence n°4 par rapport à l'ensemble du couloir. La part des établissements créés depuis 2000 est cependant légèrement supérieure à la moyenne du couloir, ce qui est peut-être le prémice d'un dynamisme économique dont il conviendra d'observer l'évolution au cours des prochaines années.

ENQUÊTE AUPRÈS DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Séquence n°4

Enquête auprès des acteurs économiques	Couloir	Séquence 4
AGE DE L'ENTREPRISE A L'ADRESSE ACTUELLE		
Depuis moins de deux ans	12%	5%
Entre deux et cinq ans	17%	23%
Entre cinq et dix ans	17%	16%
Depuis plus de 10 ans	54%	57%
QUALITÉ DE LA LOCALISATION ACTUELLE		
Entreprises satisfaites ou très satisfaites de leur implantation	85%	79%
Entreprises peu ou pas satisfaites de leur implantation actuelle	15%	21%
EFFECTIFS SALARIÉS DES ÉTABLISSEMENTS		
Evolution positive des effectifs 2001-2002	12%	9%
Evolution négative des effectifs 2001-2002	17%	20%
Prévision d'évolution positive des effectifs 2002-2003	18%	12%
Prévision d'évolution négative des effectifs 2002-2003	22%	26%
CHIFFRES D'AFFAIRES		
Evolution positive du chiffre d'affaires 2000-2001	42%	32%
Evolution négative du chiffre d'affaires 2000-2001	15%	11%
Prévision d'évolution positive du chiffre d'affaires 2001-2002	36%	41%
Prévision d'évolution négative du chiffre d'affaires 2001-2002	20%	14%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE PENDANT LES TRAVAUX		
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	71%	80%
Négative sur le chiffre d'affaires	45%	36%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE APRÈS LES TRAVAUX		
Positive sur l'accessibilité pour la clientèle	41%	45%
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	15%	20%
Positive sur le chiffre d'affaires	24%	32%
Négative sur le chiffre d'affaires	11%	9%
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR L'ACTIVITÉ		
Le tramway aura une incidence positive sur l'activité	26%	34%
Le tramway n'aura pas d'incidence sur l'activité	48%	52%
Le tramway aura une incidence négative sur l'activité	16%	9%
Ne sait pas	9%	5%
PROJETS DE L'ÉTABLISSEMENT		
Entreprises envisageant aujourd'hui de déménager	6%	11%
Entreprises envisageant aujourd'hui de réaliser des travaux	12%	16%

Nombre de questionnaires : 44

- Résultats de l'enquête auprès des acteurs économiques

Dans la séquence n°4 et pour respecter les quotas établis, une série de 44 questionnaires a été réalisée sur un total de 530 sur l'ensemble du couloir.

Les entreprises implantées dans la séquence n°4 entre 1995 et 2000 représentent 23% du total (contre 17% en moyenne dans le couloir d'étude). L'importance des implantations au cours de cette période correspond à la fin de l'opération d'aménagement du Nouveau Bassin.

Les réponses des dirigeants d'établissements interrogés indiquent qu'ils sont moins nombreux à être satisfaits de la localisation de leur activité (79%) que sur l'ensemble du couloir (85%).

La conjoncture économique observée dans la séquence n°4 paraît moins favorable que dans l'ensemble du couloir au cours des années 2000-2001. Moins de 10% des dirigeants d'entreprises font état d'une croissance des effectifs au cours de cette période, alors qu'ils sont 12% sur l'ensemble du couloir d'étude. Inversement, ils sont 20% dans la séquence n°4 à faire état d'une baisse des effectifs au cours de la période 2000-2001, alors que la moyenne est de 17% dans le couloir d'étude. Et cette tendance est perceptible également sur les prévisions 2001-2002.

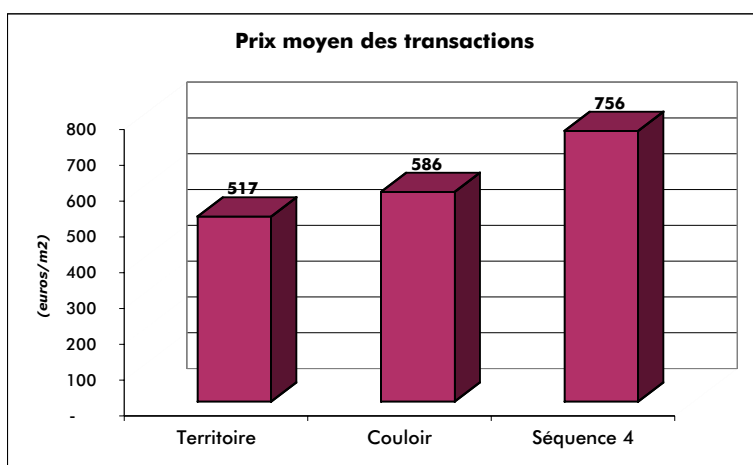
Même si les dirigeants d'entreprises craignent une accessibilité plus difficile pour la clientèle de leur activité plus nettement qu'ailleurs (20% contre 15% sur l'ensemble du couloir), ils sont nombreux à espérer une incidence positive du tramway sur leur activité. Le différentiel entre les dirigeants espérant une incidence positive et ceux craignant une incidence négative est de 25 points dans la séquence n°4, alors que le différentiel n'est que de 10 points pour l'ensemble du couloir.

Malgré cet optimisme affiché quant aux retombées du tramway, la part des dirigeants d'établissements qui envisagent de déménager est quasiment le double que dans le couloir pris dans son ensemble. Cette proportion est sans doute la résultante de la non satisfaction d'une part importante des dirigeants d'entreprises quant à l'implantation actuelle de leur activité.



IMMOBILIER ET FONCIER Séquence n°4

Transactions	Territoire		Couloir		Séquence n°4	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Transactions 2000	143	48%	64	52%	7	70%
Transactions 2001	152	52%	58	48%	3	30%
TOTAL	295	100%	122	100%	10	100%





c) Immobilier et foncier

Au cours des années 2000 et 2001, 10 transactions foncières et immobilières à vocation économique ont été enregistrées. Cela représente un peu moins de 10% des transactions observées dans l'ensemble du couloir d'étude.

Le rythme des transactions foncières et immobilières a été très irrégulier pour 2000 et pour 2001. Si l'observation de ces deux années ne permet pas de dégager une tendance, il sera intéressant de suivre les évolutions du rythme de transactions au cours des prochaines années.

Le prix moyen des transactions dans la séquence n°4 se révèle élevé. Il est supérieur de près de 30% par rapport au prix moyen des transactions recensées dans le couloir d'étude. Ce quartier a fait l'objet d'une opération d'urbanisme récente (années 90) et le prix de l'immobilier traduit l'image positive dont bénéficie ce quartier.

COMMERCE Séquence n°4

Nombre de commerces	Territoire		Couloir		Séquence n°4	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Moins de 300 m2	934	85%	462	90%	21	100%
Entre 300 et 2500 m2	151	14%	42	8%	-	0%
Plus de 2500 m2	17	2%	7	1%	-	0%
TOTAL	1 102	100%	511	100%	21	100%

Surface de vente cumulée	Territoire		Couloir		Séquence n°4	
	m2	%	m2	%	m2	%
Moins de 300 m2	61 693	20%	30 674	30%	1 650	100%
Entre 300 et 2500 m2	140 020	45%	40 072	40%	-	0%
Plus de 2500 m2	106 810	35%	30 313	30%	-	0%
TOTAL	308 523	100%	101 059	100%	1 650	100%

Activité commerciale	Territoire		Couloir		Séquence n°4	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Commerces multiples	41	1%	21	2%	-	0%
Commerces alimentaires	286	10%	114	8%	8	11%
Équipement de la personne	300	10%	156	11%	4	5%
Équipement de la maison	272	10%	122	9%	7	9%
Santé-Beauté-Hygiène	104	4%	52	4%	1	1%
Culture-Loisirs-Sports	86	3%	38	3%	2	3%
Auto/Moto : Commerces et entretien	215	8%	86	6%	4	5%
Autres commerces divers	48	2%	20	1%	1	1%
Café-Restaurants	501	18%	236	17%	13	17%
Services à caractère commercial	578	20%	272	19%	21	28%
Services tertiaires ayant vitrine sur rue	431	15%	279	20%	15	20%
Total	2 862	100%	1 396	100%	76	100%

Les deux premiers tableaux recensent les commerces ayant une surface de vente. Le troisième tableau est basé sur une typologie, précisée en annexe, et qui recense un éventail plus large de commerces.



d) Le commerce

- Commerces et surface de vente

La séquence n°4 ne regroupe que 4% des commerces recensés dans le couloir d'étude. Et l'intégralité de ces commerces sont des commerces de moins de 300 m².

- Commerces et diversité commerciale

Les services à caractère commercial tel que les salons de coiffure représentent la plus forte proportion dans cette séquence avec 28% des commerces recensés. Les commerces alimentaires (11%) complètent l'armature commerciale présente.

Par contre, les commerces santé-beauté-hygiène, les commerces multiples ou encore les commerces divers auxquels appartiennent par exemple les tabacs sont quasiment inexistant dans cette séquence.

ENQUÊTE AUPRÈS DES COMMERÇANTS

Séquence n°4

Enquête auprès des commerçants	Couloir	Séquence 4
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR LA CLIENTÈLE		
Renforcement de la clientèle de proximité	3%	20%
Renforcement de la clientèle de l'agglomération	13%	0%
Renforcement de la clientèle de passage	6%	0%
Pas d'influence	78%	80%
LIVRAISONS		
Entreprises livrées plus d'une fois par jour	41%	33%
Entreprises livrées une fois par jour	17%	33%
Entreprises livrées 1 à 5 fois par semaine	30%	17%
Entreprises livrées moins d'une fois par semaine	12%	17%
Entreprises livrées avant 7h	3%	0%
Entreprises livrées entre 7h et 12h	67%	50%
Entreprises livrées après 12h	4%	17%
Entreprises livrées sans heure fixe	25%	33%
Durée de livraison de moins de 30 minutes	73%	83%
Durée de livraison de plus de 30 minutes	27%	17%
Livraisons effectuées en voiture	36%	50%
Livraisons effectuées en camionnette	36%	33%
Livraisons effectuées en camion	18%	17%
Livraisons effectuées par un autre véhicule	9%	0%

Nombre de questionnaires : 6

- Enquête auprès des commerçants.

Les commerçants de la séquence n°4 sont nombreux, comme c'est d'ailleurs le cas pour l'ensemble du couloir d'étude, à penser que le tramway n'aura pas d'influence sur leur activité. Tout juste espèrent-ils un léger renforcement de la clientèle de proximité.

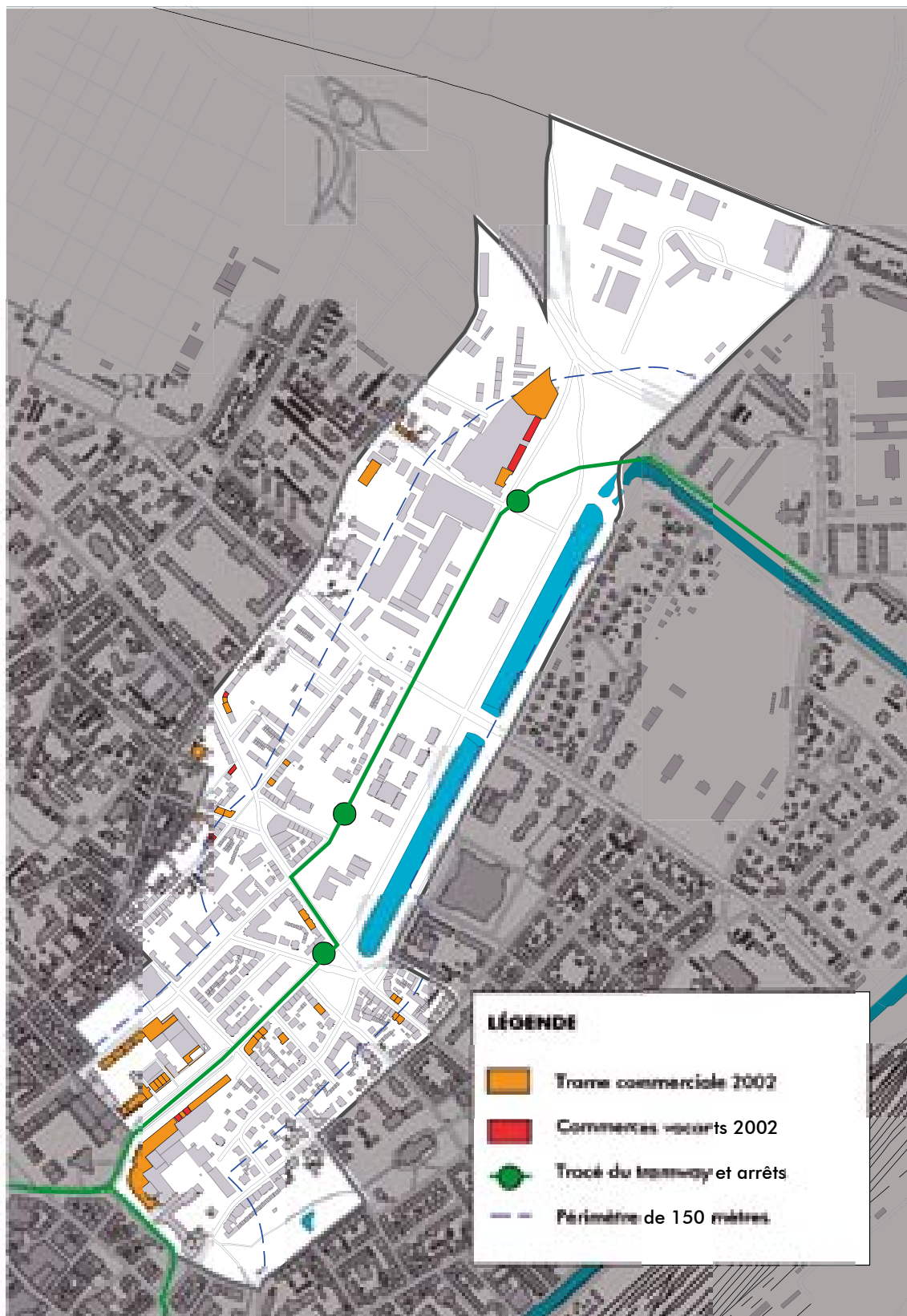
En ce qui concerne les livraisons des commerces, celles-ci ont lieu plus qu'ailleurs l'après-midi ou sans heure fixe, car il n'y a pas de plateau piétonnier à accès limité pour les véhicules de livraisons.

Les livraisons sont plutôt de courte durée, et effectuées par des petits véhicules (voitures, camionnettes).

- Trame commerciale et friches commerciales

La trame commerciale de la séquence n°4 se concentre surtout à proximité de la Porte Jeune, c'est-à-dire entre les deux futurs arrêts Porte Jeune et Nordfeld, le long du Boulevard de l'Europe.

Quelques friches commerciales ont été recensées dans cette séquence n°4. Parmi celles-ci, plusieurs sont situées à proximité du futur arrêt Nouveau Bassin, à proximité du complexe cinématographique.



LES ENJEUX DANS LA SÉQUENCE n°4

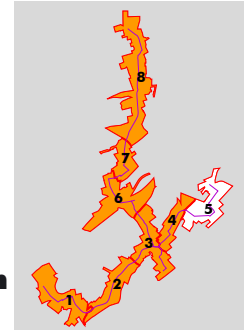
La séquence n°4 connaît une importante opération d'urbanisme (ZAC du Nouveau Bassin) dont le déroulement devrait se poursuivre pendant le chantier du tram et après sa mise en service. Mais l'implantation d'activités tertiaires parmi les nouveaux programmes n'a pas atteint les objectifs prévus.

L'enjeu de la séquence n°4 est de mesurer si l'arrivée du tramway permettra :

- **une relance dans la commercialisation et dans la réalisation du Nouveau Bassin (activité de construction immobilière),**
- **une diversification des programmes immobiliers (activités, services, équipements de loisirs marchands).**



5. Séquence n°5 : Modenheim



a) Localisation géographique et contexte urbain

La séquence n°5 concerne deux bans communaux : celui de Mulhouse et celui d'Illzach en bout de ligne.

Le quartier Drouot à Mulhouse est un quartier d'habitat récent, avec quelques pôles d'activités économiques, comme la caserne Drouot (réhabilitée afin de permettre l'implantation d'un village artisanal et le développement de services publics).

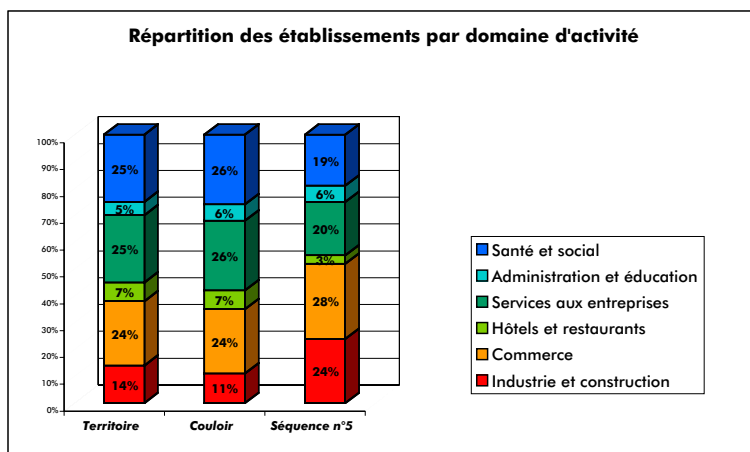
La partie située sur la commune d'Illzach (quartier Modenheim) est constituée à la fois de logements collectifs et d'une partie de la Zone Industrielle d'Illzach.

Cette séquence n°4 comprend 4 arrêts : deux aux abords du quartier Drouot et deux autres dans la commune d'Illzach. Elle constitue l'extrémité est de la ligne de tramway.

La mise en service du tramway dans cette séquence se fera dans une seconde phase, comprise entre 2005 et 2010.

ÉTABLISSEMENTS ET EMPLOIS

Séquence n°5



Type d'établissements	Territoire		Couloir		Séquence n°5	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Industrie et construction	1 179	14%	390	11%	48	24%
Commerce	2 010	24%	862	24%	57	28%
Hôtels et restaurants	566	7%	258	7%	5	3%
Services aux entreprises	2 056	25%	927	26%	40	20%
Administration et éducation	415	5%	214	6%	13	6%
Santé et social	2 024	25%	943	26%	38	19%
Total	8 250	100%	3 594	100%	201	100%

Nombre de salariés	Territoire		Couloir		Séquence n°5	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0 salarié	3 055	37%	1 266	35%	53	26%
De 1 à 2 salariés	2 080	25%	946	26%	44	22%
De 3 à 9 salariés	1 859	23%	847	24%	53	26%
De 10 à 19 salariés	432	5%	173	5%	11	5%
De 20 à 49 salariés	299	4%	118	3%	24	12%
Plus de 49 salariés	171	2%	58	2%	5	2%
Effectifs indéterminés	354	4%	186	5%	11	5%
TOTAL	8 250	100%	3 594	100%	201	100%

Date de création	Territoire		Couloir		Séquence n°5	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Avant 1990	1 839	24%	860	26%	45	24%
Entre 1990 et 1999	4 197	54%	1 793	53%	102	54%
Depuis 2000	1 735	22%	707	21%	42	22%
TOTAL	7 771	100%	3 360	100%	189	100%
Non renseigné	479		234		12	

b) Etablissements et emplois

- Domaines d'activité

La séquence n°5 regroupe un peu plus de 5% des établissements recensés dans le couloir d'étude. Cette proportion est comparable à la situation des autres séquences composant le couloir d'étude, à l'exception de la séquence n°3.

Concernant la représentation des secteurs d'activité, il est difficile de dégager la structure du tissu économique car le nombre d'établissements par domaine d'activité est faible. Cependant, le secteur de l'industrie et de la construction est sur-représenté par rapport à la moyenne du couloir d'étude, ceci étant principalement le fait de la présence au sein de la séquence n°5 d'une partie de la Zone Industrielle d'Illzach.

- Taille des établissements

La différence la plus sensible entre les caractéristiques du tissu économique de la séquence n°5 et celles du couloir, en ce qui concerne la taille des établissements, est la sur-représentation des établissements ayant de 20 à 49 salariés. Là encore, l'explication principale tient à la présence d'une partie des entreprises de la Zone Industrielle d'Illzach au sein de la séquence.

- Date de création des entreprises existantes

La répartition des entreprises de la séquence n°5 par date de création ne présente pas de différence notable avec la répartition des entreprises de l'ensemble du couloir.

ENQUÊTE AUPRÈS DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Séquence n° 5

Enquêtes auprès des acteurs économiques	Couloir	Séquence 5
AGE DE L'ENTREPRISE A L'ADRESSE ACTUELLE		
Depuis moins de deux ans	12%	10%
Entre deux et cinq ans	17%	23%
Entre cinq et dix ans	17%	19%
Depuis plus de 10 ans	54%	48%
QUALITÉ DE LA LOCALISATION ACTUELLE		
Entreprises satisfaites ou très satisfaites de leur implantation	85%	94%
Entreprises peu ou pas satisfaites de leur implantation actuelle	15%	6%
EFFECTIFS SALARIÉS DES ÉTABLISSEMENTS		
Evolution positive des effectifs 2001-2002	12%	16%
Evolution négative des effectifs 2001-2002	17%	19%
Prévision d'évolution positive des effectifs 2002-2003	18%	27%
Prévision d'évolution négative des effectifs 2002-2003	22%	23%
CHIFFRES D'AFFAIRES		
Evolution positive du chiffre d'affaires 2000-2001	42%	42%
Evolution négative du chiffre d'affaires 2000-2001	15%	13%
Prévision d'évolution positive du chiffre d'affaires 2001-2002	36%	45%
Prévision d'évolution négative du chiffre d'affaires 2001-2002	20%	19%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE PENDANT LES TRAVAUX		
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	71%	45%
Négative sur le chiffre d'affaires	45%	16%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE APRÈS LES TRAVAUX		
Positive sur l'accessibilité pour la clientèle	41%	29%
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	15%	19%
Positive sur le chiffre d'affaires	24%	16%
Négative sur le chiffre d'affaires	11%	13%
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR L'ACTIVITÉ		
Le tramway aura une incidence positive sur l'activité	26%	6%
Le tramway n'aura pas d'incidence sur l'activité	48%	74%
Le tramway aura une incidence négative sur l'activité	16%	13%
Ne sait pas	9%	3%
PROJETS DE L'ÉTABLISSEMENT		
Entreprises envisageant aujourd'hui de déménager	6%	0%
Entreprises envisageant aujourd'hui de réaliser des travaux	12%	11%

Nombre de questionnaires : 31

- Résultats de l'enquête auprès des acteurs économiques

Le nombre de questionnaires réalisés dans la séquence n°5 est de 31 sur un total de 530 pour respecter les quotas définis. Les opinions qui sont mises en évidence au travers de l'exploitation des réponses des dirigeants d'entreprises reposent donc sur un nombre de questionnaires relativement faible.

Cependant, il apparaît nettement que dans la séquence n°5, les dirigeants d'entreprises sont très satisfaits de leur implantation actuelle, et ce dans une proportion plus importante que la moyenne observée dans l'ensemble du couloir d'étude.

La séquence n°5 semble connaître un certain dynamisme économique car les évolutions du nombre d'emplois au cours de la période 2000-2001, et les prévisions pour la période 2001-2002 sont plus nettement qu'ailleurs à la hausse.

En ce qui concerne les chiffres d'affaires, les prévisions pour 2001-2002 semblent être également nettement vers une progression (pour 45% des dirigeants interrogés).

La principale singularité des réponses des dirigeants d'entreprises par rapport aux moyennes de l'ensemble du couloir d'étude porte sur les incidences du tramway :

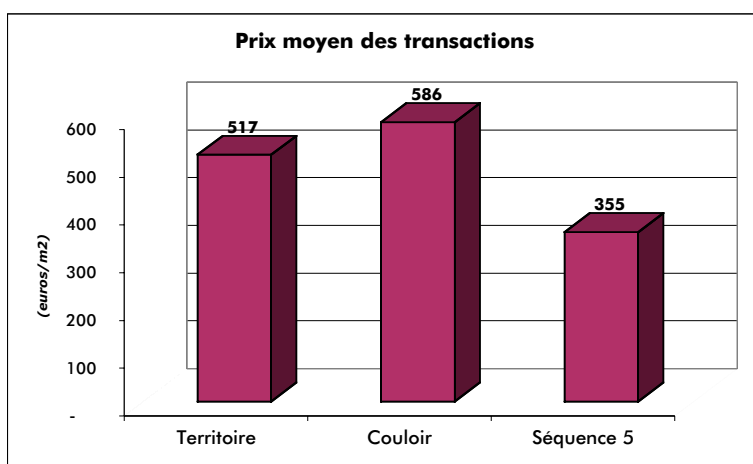
- trois dirigeants sur quatre pensent que le tramway n'aura pas d'influence sur leur activité ;
- moins de la moitié des dirigeants pensent que les travaux vont gêner l'accessibilité de la clientèle ou avoir une incidence négative sur le chiffre d'affaires ;
- peu pensent que la mise en service du tramway va avoir une influence positive sur l'accessibilité ou le chiffre d'affaires.

Ce profil caractéristique des réponses tient, encore une fois, aux caractéristiques particulières du tissu économique de la séquence n°5, c'est-à-dire à la présence au sein de ce périmètre d'une partie de la Zone Industrielle d'Illzach.



IMMOBILIER ET FONCIER Séquence n°5

Transactions	Territoire		Couloir		Séquence n°5	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Transactions 2000	143	48%	64	52%	3	75%
Transactions 2001	152	52%	58	48%	1	25%
TOTAL	295	100%	122	100%	4	100%





c) Immobilier et foncier

Peu de transactions foncières ou immobilières concernant une activité économique ont eu lieu dans la séquence n°5. Au total et sur les deux années 2000 et 2001, 4 transactions ont été recensées.

Le prix moyen des transactions est d'un peu plus de 350 euros/m², soit un prix inférieur d'environ 40% par rapport à la moyenne du prix des transactions recensées dans le couloir d'étude.

COMMERCE Séquence n°5

Nombre de commerces	Territoire		Couloir		Séquence n°5	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Moins de 300 m2	934	85%	462	90%	10	83%
Entre 300 et 2500 m2	151	14%	42	8%	2	17%
Plus de 2500 m2	17	2%	7	1%	-	0%
TOTAL	1 102	100%	511	100%	12	100%

Surface de vente cumulée	Territoire		Couloir		Séquence n°5	
	m2	%	m2	%	m2	%
Moins de 300 m2	61 693	20%	30 674	30%	775	27%
Entre 300 et 2500 m2	140 020	45%	40 072	40%	2 050	73%
Plus de 2500 m2	106 810	35%	30 313	30%	-	0%
TOTAL	308 523	100%	101 059	100%	2 825	100%

Activité commerciale	Territoire		Couloir		Séquence n°5	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Commerces multiples	41	1%	21	2%	1	3%
Commerces alimentaires	286	10%	114	8%	2	6%
Equipeement de la personne	300	10%	156	11%	1	3%
Equipeement de la maison	272	10%	122	9%	3	9%
Santé-Beauté-Hygiène	104	4%	52	4%	2	6%
Culture-Loisirs-Sports	86	3%	38	3%	-	0%
Auto/Moto : Commerces et entretien	215	8%	86	6%	11	33%
Autres commerces divers	48	2%	20	1%	1	3%
Café-Restaurants	501	18%	236	17%	3	9%
Services à caractère commercial	578	20%	272	19%	7	21%
Services tertiaires ayant vitrine sur rue	431	15%	279	20%	2	6%
Total	2 862	100%	1 396	100%	33	100%

Les deux premiers tableaux recensent les commerces ayant une surface de vente. Le troisième tableau est basé sur une typologie, précisée en annexe, et qui recense un éventail plus large de commerces.

d) Le commerce

- Commerces et surface de vente

Si la proportion que représente le commerce dans le tissu économique de la séquence n°5 est comparable à la moyenne observée dans le couloir d'étude, le nombre de commerces de la séquence n°5 reste cependant faible. Il s'agit essentiellement de commerces de moins de 300 m², et il n'y a pas d'hypermarchés dans la séquence. La présence de deux magasins dont les surfaces de ventes sont comprises entre 300 et 2500 m² (Intermarché et AutoSud) fait que ces deux commerces représentent près des trois quarts des surfaces de vente existant dans la séquence n°5.

- Commerces et diversité commerciale

L'activité commerciale la plus représentée dans la séquence n°5 est le commerce et l'entretien automobiles (33% des commerces). A l'inverse, les commerces des secteurs de l'équipement de la personne, des cafés-restaurants et des services tertiaires sont sous-représentés par rapport à l'observation faite sur l'ensemble du couloir d'étude.

ENQUÊTE AUPRÈS DES COMMERÇANTS Séquence n° 5

Enquête auprès des commerçants	Couloir	Séquence 5
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR LA CLIENTÈLE		
Renforcement de la clientèle de proximité	3%	0%
Renforcement de la clientèle de l'agglomération	13%	22%
Renforcement de la clientèle de passage	6%	0%
Pas d'influence	78%	78%
LIVRAISONS		
Entreprises livrées plus d'une fois par jour	41%	50%
Entreprises livrées une fois par jour	17%	0%
Entreprises livrées 1 à 5 fois par semaine	30%	38%
Entreprises livrées moins d'une fois par semaine	12%	13%
Entreprises livrées avant 7h	3%	13%
Entreprises livrées entre 7h et 12h	67%	50%
Entreprises livrées après 12h	4%	0%
Entreprises livrées sans heure fixe	25%	38%
Durée de livraison de moins de 30 minutes	73%	38%
Durée de livraison de plus de 30 minutes	27%	63%
Livraisons effectuées en voiture	36%	25%
Livraisons effectuées en camionnette	36%	13%
Livraisons effectuées en camion	18%	13%
Livraisons effectuées par un autre véhicule	9%	50%

Nombre de questionnaires : 9

- Enquête auprès des commerçants.

Pour la partie du questionnaire réservée aux commerçants, là encore la structure de l'appareil économique et commercial de la séquence explique grandement les réponses données et l'opinion exprimée.

L'influence attendue de la réalisation et de la mise en service du tramway sur la provenance géographique de la future clientèle n'est pas différente de l'opinion générale. Plus de trois commerçants sur quatre n'attendent pas de modifications notables.

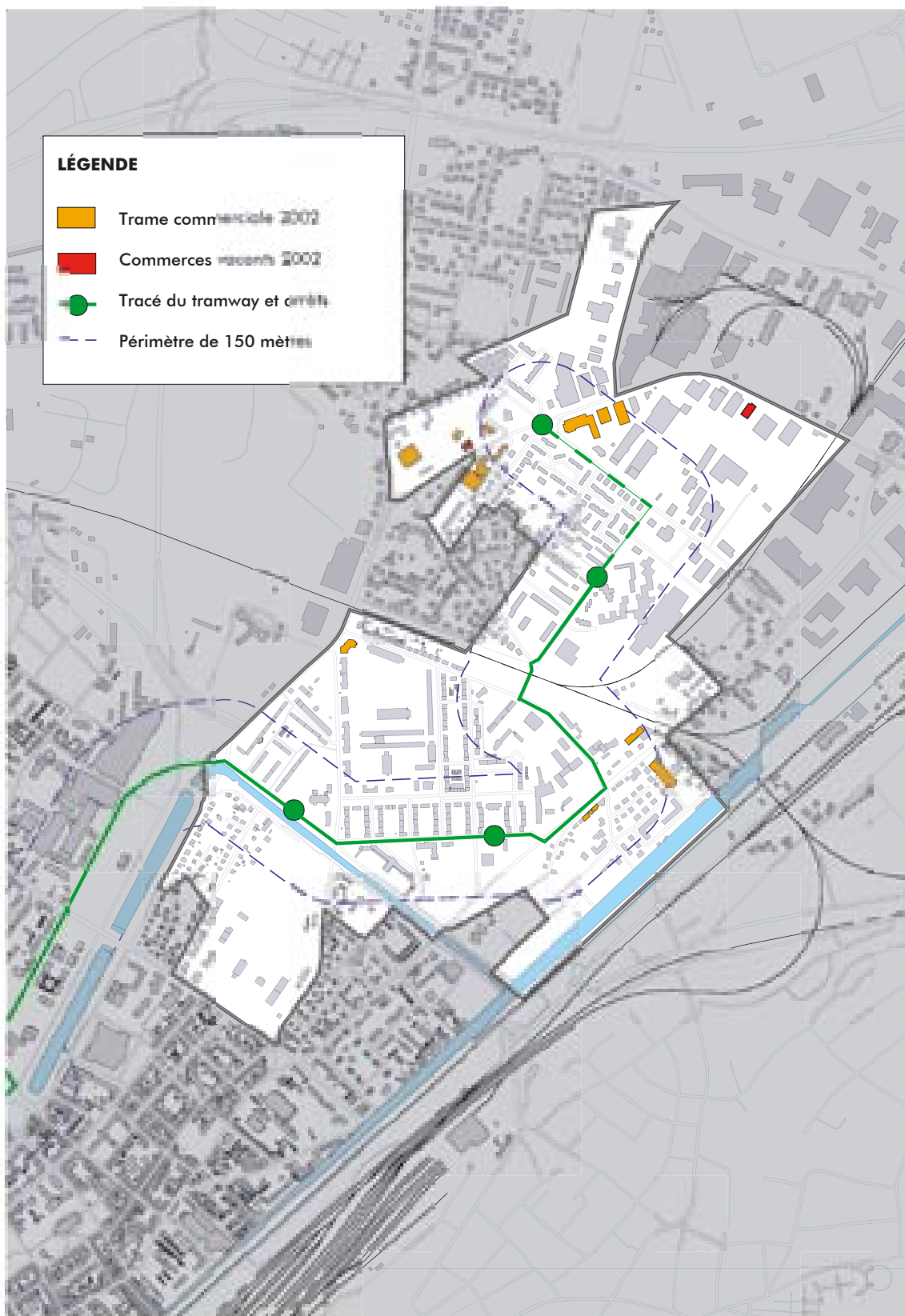
Dans cette séquence n°5, les livraisons diffèrent de la situation de l'ensemble des commerces du couloir d'étude. Et là encore, la morphologie du tissu économique de la séquence conditionnent en grande partie les réponses.

En effet, les commerces sont moins nombreux à être livrés entre 7h et 12h, car ils sont accessibles toute la journée.

Les livraisons se font surtout par camions, et durent pour la majorité plus de 30 minutes.

- Trame commerciale et friches commerciales

L'essentiel des commerces recensées, ainsi que des friches commerciales existantes en 2002 dans la séquence n°5 se situent à l'extrémité de la ligne de tramway.



LES ENJEUX DANS LA SÉQUENCE n°5

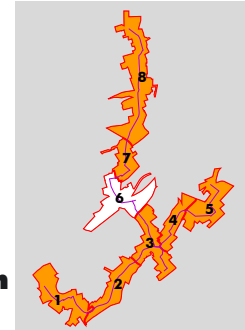
La séquence n°5 se caractérise par un tissu d'habitat et d'équipements scolaires, sauf l'extrémité nord, où le tramway desservira à terme la Zone Industrielle de l'Île Napoléon.

Quelles seront les évolutions du tissu économique au sein de cette séquence 5 :

- **des services et des activités viendront-ils s'insérer dans le tissu majoritairement habitat ?**
- **la nature des entreprises présentes sur la Zone d'activités de l'Île Napoléon va-t-elle évoluer vers une plus importante tertiarisation de l'activité (commerces de gros, commerces de détail, services aux entreprises) ?**



6. Séquence n°6 : Bourtzwiller



a) Localisation géographique et contexte urbain

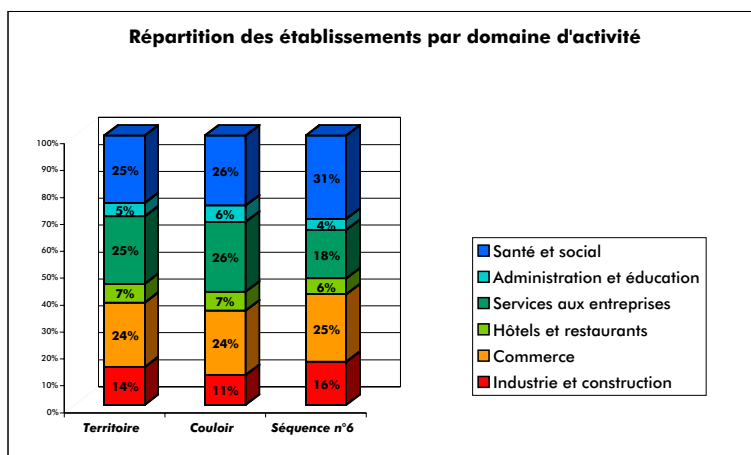
Séparé du centre-ville de Mulhouse par deux coupures urbaines majeures (autoroute A36 et voie ferrée), le quartier de Bourtzwiller, situé dans la partie nord de la séquence n°6, est composé de grands ensembles de logements collectifs et de maisons individuelles.

La partie Sud de cette séquence comprend essentiellement des équipements (Parc des Expositions, Musée de l'Automobile, dépôt de bus SOLEA).

Cette séquence n°6 comporte cinq arrêts de tramway : trois dans la partie sud de la séquence assurant la desserte du Parc des Expositions et du Musée de l'Automobile, et deux dans la partie nord desservant la partie dans laquelle se concentrent les habitations et les commerces.

ÉTABLISSEMENTS ET EMPLOIS

Séquence n°6



Type d'établissement	Territoire		Couloir		Séquence n°6	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Industrie et construction	1 179	14%	390	11%	31	16%
Commerce	2 010	24%	862	24%	48	25%
Hôtels et restaurants	566	7%	258	7%	12	6%
Services aux entreprises	2 056	25%	927	26%	33	18%
Administration et éducation	415	5%	214	6%	8	4%
Santé et social	2 024	25%	943	26%	59	31%
Total	8 250	100%	3 594	100%	191	100%

Nombre de salariés	Territoire		Couloir		Séquence n°6	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0 salarié	3 055	37%	1 266	35%	68	36%
De 1 à 2 salariés	2 080	25%	946	26%	47	25%
De 3 à 9 salariés	1 859	23%	847	24%	48	25%
De 10 à 19 salariés	432	5%	173	5%	7	4%
De 20 à 49 salariés	299	4%	118	3%	8	4%
Plus de 49 salariés	171	2%	58	2%	5	3%
Effectifs indéterminés	354	4%	186	5%	8	4%
TOTAL	8 250	100%	3 594	100%	191	100%

Date de création	Territoire		Couloir		Séquence n°6	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Avant 1990	1 839	24%	860	26%	43	24%
Entre 1990 et 1999	4 197	54%	1 793	53%	102	57%
Depuis 2000	1 735	22%	707	21%	34	19%
TOTAL	7 771	100%	3 360	100%	179	100%
Non renseigné	479		234		12	

b) Etablissements et emplois

- Domaines d'activité

La séquence n°6 regroupe environ 5% des établissements recensés dans l'ensemble du couloir d'étude. Le tissu économique de la séquence ne diffère pas beaucoup de celui de l'ensemble du couloir d'étude, même si quelques variations sont perceptibles : les secteurs Industrie-Construction et Santé-Social sont un peu plus représentés, alors que les services aux entreprises le sont un peu moins.

- Taille des établissements

Pour cette typologie des entreprises également, la structure de la séquence n°6 est quasiment identique à la structure observée au niveau de l'ensemble du couloir d'étude.

- Date de création des entreprises existantes

Là encore, le profil de l'appareil économique selon la date de création des entreprises est identique à celui constaté au niveau du couloir d'étude.

ENQUÊTE AUPRÈS DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Séquence n°6

Enquêtes auprès des acteurs économiques	Couloir	Séquence 6
AGE DE L'ENTREPRISE A L'ADRESSE ACTUELLE		
Depuis moins de deux ans	12%	13%
Entre deux et cinq ans	17%	6%
Entre cinq et dix ans	17%	25%
Depuis plus de 10 ans	54%	56%
QUALITÉ DE LA LOCALISATION ACTUELLE		
Entreprises satisfaites ou très satisfaites de leur implantation	85%	88%
Entreprises peu ou pas satisfaites de leur implantation actuelle	15%	13%
EFFECTIFS SALARIÉS DES ÉTABLISSEMENTS		
Evolution positive des effectifs 2001-2002	12%	12%
Evolution négative des effectifs 2001-2002	17%	33%
Prévision d'évolution positive des effectifs 2002-2003	18%	19%
Prévision d'évolution négative des effectifs 2002-2003	22%	32%
CHIFFRES D'AFFAIRES		
Evolution positive du chiffre d'affaires 2000-2001	42%	50%
Evolution négative du chiffre d'affaires 2000-2001	15%	16%
Prévision d'évolution positive du chiffre d'affaires 2001-2002	36%	50%
Prévision d'évolution négative du chiffre d'affaires 2001-2002	20%	28%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE PENDANT LES TRAVAUX		
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	71%	63%
Négative sur le chiffre d'affaires	45%	47%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE APRÈS LES TRAVAUX		
Positive sur l'accessibilité pour la clientèle	41%	25%
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	15%	19%
Positive sur le chiffre d'affaires	24%	16%
Négative sur le chiffre d'affaires	11%	13%
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR L'ACTIVITÉ		
Le tramway aura une incidence positive sur l'activité	26%	16%
Le tramway n'aura pas d'incidence sur l'activité	48%	56%
Le tramway aura une incidence négative sur l'activité	16%	16%
Ne sait pas	9%	13%
PROJETS DE L'ÉTABLISSEMENT		
Entreprises envisageant aujourd'hui de déménager	6%	10%
Entreprises envisageant aujourd'hui de réaliser des travaux	12%	17%

Nombre de questionnaires : 32

- Résultats de l'enquête auprès des acteurs économiques

Le nombre de questionnaires réalisés dans la séquence n°6 est de 32 pour un total de 530 questionnaires à l'échelle du couloir d'étude.

A une très grande majorité (88%), les dirigeants d'entreprises sont satisfaits de la localisation de leur activité dans la séquence n°6.

L'évolution des effectifs des entreprises situées dans la séquence n°6 a été moins favorable que l'évolution observée sur l'ensemble du couloir. En effet, une entreprise sur trois de la séquence n°6 a vu ses effectifs baisser au cours de la période 2000-2001 (17% sur l'ensemble du couloir), et cette tendance se confirme pour les prévisions qui ont été exprimées par les dirigeants pour la période 2001-2002 (32% contre 22%).

Les réponses concernant les évolutions du chiffre d'affaires définissent des tendances opposées à celles des évolutions des effectifs. Il apparaît en effet que 50% des entreprises connaissent ou prévoient une évolution positive de leur chiffre d'affaires pour les années 2000, 2001 et 2002. Cette proportion est plus importante dans la séquence n°6 que dans le couloir d'étude pris dans son ensemble.

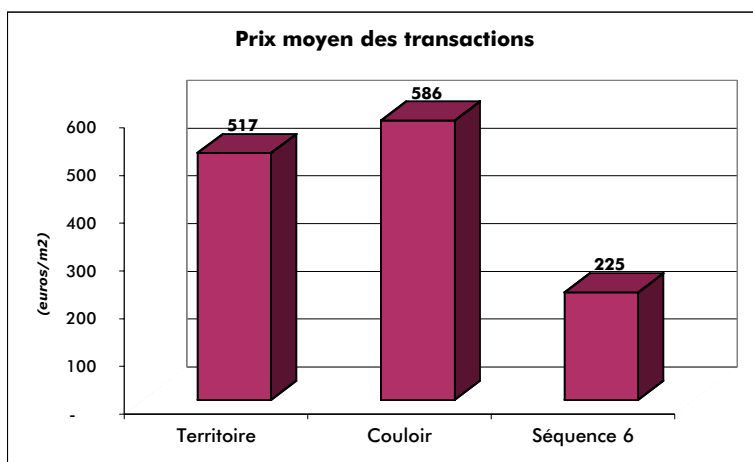
Concernant les incidences du tramway, les opinions des dirigeants d'entreprises sont plus nuancées dans la séquence n°6 que dans l'ensemble du couloir d'étude. Ils sont relativement moins nombreux à penser que le tramway aura une influence positive sur l'activité de l'entreprise. La proportion des dirigeants d'entreprises pensant que le tramway aura une influence positive est égale à la proportion des dirigeants d'entreprises pensant que le tramway aura une influence négative (alors que le différentiel est de 10 points en faveur des opinions positives à l'échelle du couloir d'étude).

Les dirigeants d'entreprises ne sont qu'un quart à penser que le tramway facilitera l'accessibilité de leur clientèle (41% pour le couloir d'étude), et 16% à penser que le tramway aura une influence positive sur le chiffre d'affaires (contre 24% dans l'ensemble du couloir d'étude).



IMMOBILIER ET FONCIER Séquence n°6

Transactions	Territoire		Couloir		Séquence n°6	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Transactions 2000	143	48%	64	52%	4	67%
Transactions 2001	152	52%	58	48%	2	33%
TOTAL	295	100%	122	100%	6	100%





c) Immobilier et foncier

Environ 5% des transactions foncières et immobilières relatives à une activité économique recensées sur l'ensemble du couloir se localisent dans la séquence n°6, soit une proportion comparable à ce que représente le tissu économique de la séquence par rapport à l'ensemble du couloir d'étude.

La caractéristique principale de ces transactions est la différence entre le prix moyen observé à l'échelle de la séquence par rapport au prix moyen du couloir d'étude. Ce prix est inférieur de 60% au prix moyen calculé sur le couloir d'étude.

COMMERCE Séquence n°6

Nombre de commerces	Territoire		Couloir		Séquence n°6	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Moins de 300 m2	934	85%	462	90%	24	83%
Entre 300 et 2500 m2	151	14%	42	8%	5	17%
Plus de 2500 m2	17	2%	7	1%	-	0%
TOTAL	1 102	100%	511	100%	29	100%

Surface de vente cumulée	Territoire		Couloir		Séquence n°6	
	m2	%	m2	%	m2	%
Moins de 300 m2	61 693	20%	30 674	30%	1 400	27%
Entre 300 et 2500 m2	140 020	45%	40 072	40%	3 800	73%
Plus de 2500 m2	106 810	35%	30 313	30%	-	0%
TOTAL	308 523	100%	101 059	100%	5 200	100%

Activité commerciale	Territoire		Couloir		Séquence n°6	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Commerces multiples	41	1%	21	2%	-	0%
Commerces alimentaires	286	10%	114	8%	10	16%
Équipement de la personne	300	10%	156	11%	1	2%
Équipement de la maison	272	10%	122	9%	9	14%
Santé-Beauté-Hygiène	104	4%	52	4%	2	3%
Culture-Loisirs-Sports	86	3%	38	3%	2	3%
Auto/Moto : Commerces et entretien	215	8%	86	6%	13	21%
Autres commerces divers	48	2%	20	1%	1	2%
Café-Restaurants	501	18%	236	17%	8	13%
Services à caractère commercial	578	20%	272	19%	10	16%
Services tertiaires ayant vitrine sur rue	431	15%	279	20%	7	11%
Total	2 862	100%	1 396	100%	63	100%

Les deux premiers tableaux recensent les commerces ayant une surface de vente. Le troisième tableau est basé sur une typologie, précisée en annexe, et qui recense un éventail plus large de commerces.

d) Le commerce

- Commerces et surface de vente

Le poids du commerce de la séquence n°6 (en nombre et en surface) par rapport à l'ensemble du couloir d'étude est identique au poids du tissu économique de la séquence n°6 par rapport à l'ensemble du couloir.

Cet appareil commercial est constitué très majoritairement de petits commerces, mais aussi de cinq supermarchés spécialisés non alimentaires. La séquence n°6 ne comporte aucun hypermarché.

La présence de ces cinq supermarchés fait que ces commerces concentrent près des trois quarts des surfaces de vente recensées.

- Commerces et diversité commerciale

Trois types de commerces sont sur-représentés par rapport à l'observation effectuée sur l'ensemble du couloir : le commerce alimentaire, l'équipement de la maison et le commerce et réparation auto-moto.

A l'opposé, les secteurs de l'équipement de la personne, les cafés-restaurants ou les services tertiaires ayant vitrine sur rue sont moins présents que sur l'ensemble du couloir d'étude.

ENQUÊTE AUPRÈS DES COMMERÇANTS

Séquence n°6

Enquête auprès des commerçants	Couloir	Séquence 6
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR LA CLIENTÈLE		
Renforcement de la clientèle de proximité	3%	0%
Renforcement de la clientèle de l'agglomération	13%	17%
Renforcement de la clientèle de passage	6%	17%
Pas d'influence	78%	67%
LIVRAISONS		
Entreprises livrées plus d'une fois par jour	41%	71%
Entreprises livrées une fois par jour	17%	0%
Entreprises livrées 1 à 5 fois par semaine	30%	29%
Entreprises livrées moins d'une fois par semaine	12%	0%
Entreprises livrées avant 7h	3%	0%
Entreprises livrées entre 7h et 12h	67%	57%
Entreprises livrées après 12h	4%	0%
Entreprises livrées sans heure fixe	25%	43%
Durée de livraison de moins de 30 minutes	73%	50%
Durée de livraison de plus de 30 minutes	27%	50%
Livraisons effectuées en voiture	36%	50%
Livraisons effectuées en camionnette	36%	0%
Livraisons effectuées en camion	18%	33%
Livraisons effectuées par un autre véhicule	9%	17%

Nombre de questionnaires : 8

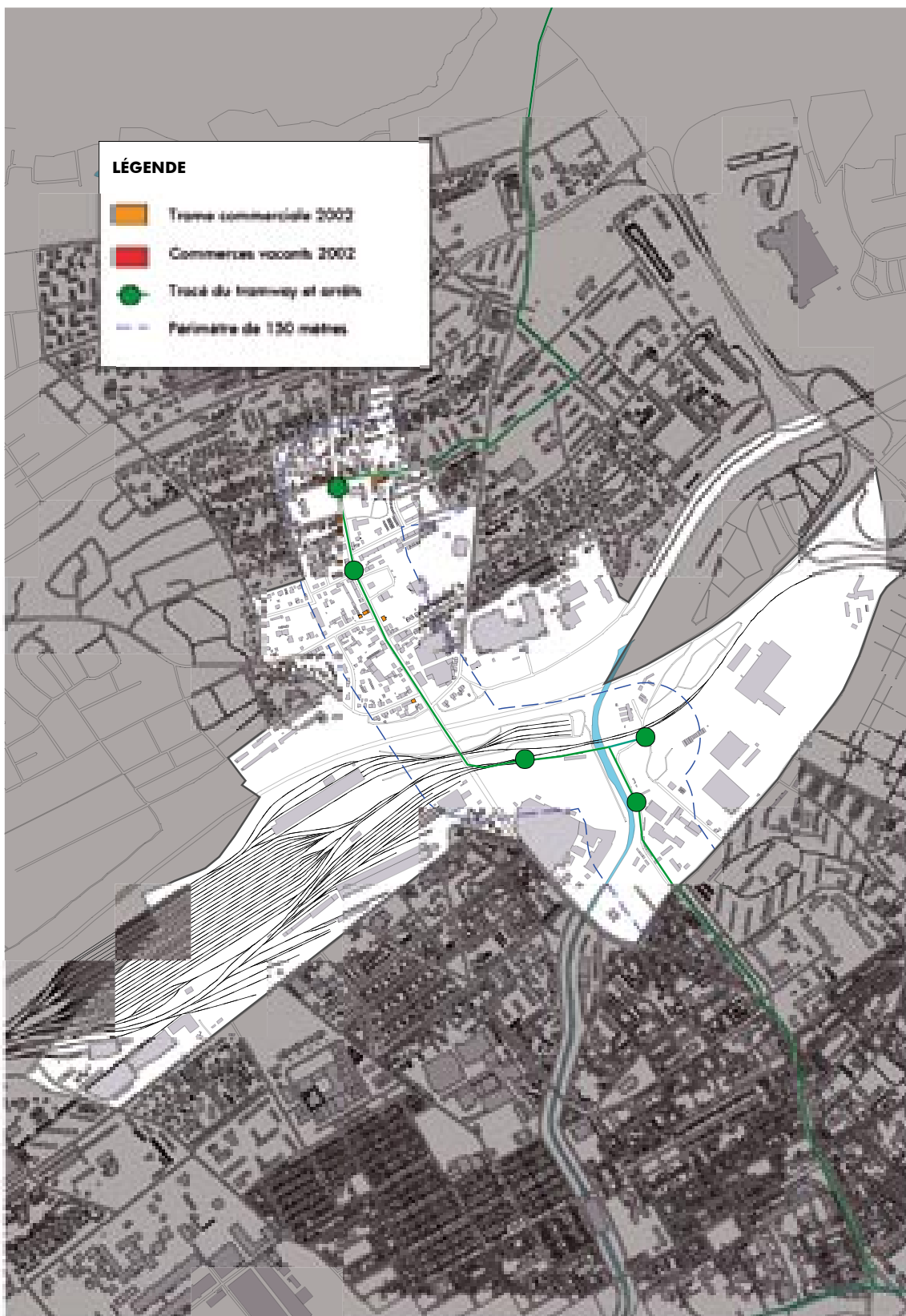
- Enquête auprès des commerçants.

Même si deux commerçants sur trois ne pensent pas que la mise en service du tramway aura une influence sur la fréquentation de leur établissement (ce pourcentage est moins important que celui observé sur l'ensemble du couloir), un certain nombre de commerçants pensent cependant que le tramway pourra renforcer la fréquentation de leur commerce soit par la clientèle habitant l'agglomération, soit la clientèle de passage.

Les commerces de la séquence n°6 ne sont pas soumis à une contrainte des livraisons (du fait de l'accès limité à un plateau piétonnier), près des trois quarts des commerces sont livrés plus d'une fois par jour, et pour près de la moitié d'entre eux, l'heure de livraison n'est pas fixe.

- Trame commerciale et friches commerciales

L'essentiel des commerces présents dans la séquence n°6 se situent à proximité de la Place du Rattachement, et donc à proximité du futur arrêt Rattachement.



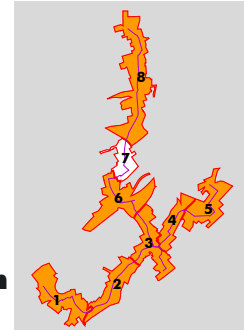
LES ENJEUX DANS LA SÉQUENCE n°6

La séquence n°6 est composée de deux parties très différentes :

- **la partie sud dans laquelle des équipements culturels et d'animation sont implantés, et qui ont un pouvoir d'attraction dépassant largement le périmètre de l'agglomération mulhousienne. Comment ces pôles d'animation (Musée de l'Automobile, Parc des Expositions) vont-ils profiter de la desserte directe par une infrastructure de transport collectif en site propre ?**
- **la partie nord dans laquelle se concentrent habitat et commerces. La traversée du quartier de Bourzwiller par le tramway va-t-il entraîner une évolution du tissu économique, et en particulier une modification de la trame commerciale ?**



7. Séquence n°7 : les Châtaigniers



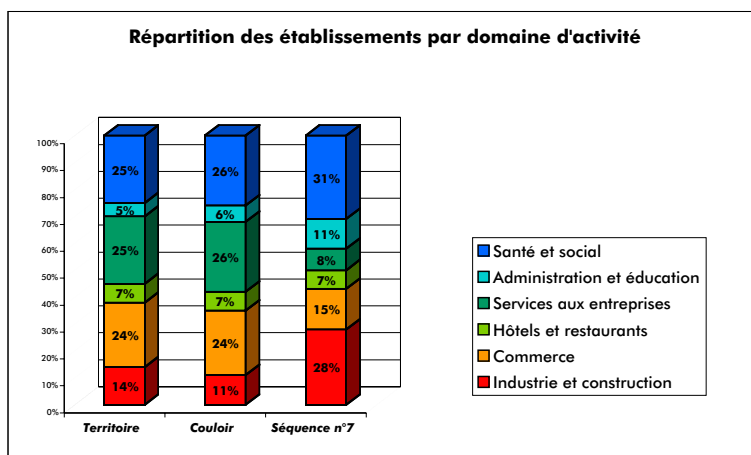
a) Localisation géographique et contexte urbain

Cette séquence n°7 se caractérise par un tissu urbain discontinu de couronne urbaine. La fonction principale (et presque unique) de ce secteur est une fonction résidentielle, assurée par des grands ensembles de logements collectifs.

Le tramway de l'agglomération mulhousienne desservira cette séquence n°7 après 2005, c'est-à-dire lors de la seconde phase de réalisation de l'infrastructure. Le tronçon de tramway dans la séquence n°7 comprendra trois arrêts.

ÉTABLISSEMENTS ET EMPLOIS

Séquence n°7



Type d'établissement	Territoire		Couloir		Séquence n°7	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Industrie et construction	1 179	14%	390	11%	21	28%
Commerce	2 010	24%	862	24%	11	15%
Hôtels et restaurants	566	7%	258	7%	5	7%
Services aux entreprises	2 056	25%	927	26%	6	8%
Administration et éducation	415	5%	214	6%	8	11%
Santé et social	2 024	25%	943	26%	23	31%
Total	8 250	100%	3 594	100%	74	100%

Nombre de salariés	Territoire		Couloir		Séquence n°7	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0 salarié	3 055	37%	1 266	35%	28	38%
De 1 à 2 salariés	2 080	25%	946	26%	19	26%
De 3 à 9 salariés	1 859	23%	847	24%	6	8%
De 10 à 19 salariés	432	5%	173	5%	6	8%
De 20 à 49 salariés	299	4%	118	3%	3	4%
Plus de 49 salariés	171	2%	58	2%	2	3%
Effectifs indéterminés	354	4%	186	5%	10	14%
TOTAL	8 250	100%	3 594	100%	74	100%

Date de création	Territoire		Couloir		Séquence n°7	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Avant 1990	1 839	24%	860	26%	22	32%
Entre 1990 et 1999	4 197	54%	1 793	53%	31	45%
Depuis 2000	1 735	22%	707	21%	16	23%
TOTAL	7 771	100%	3 360	100%	69	100%
Non renseigné	479		234		5	

b) Etablissements et emplois

- Domaines d'activité

Le nombre d'établissements recensés dans la séquence n°7 représente 2% des établissements présents dans l'ensemble du couloir d'étude.

L'activité économique dont la représentativité diffère le plus de la distribution à l'échelle du couloir est le secteur Industrie-Construction, qui rassemble plus d'un établissement sur quatre (11% au niveau de l'ensemble du couloir d'étude). Le secteur santé-action sociale est lui aussi sur-représenté, avec 31% des établissements recensés.

A l'opposé, le secteur du commerce et celui des services aux entreprises sont peu présents (15% et 8% alors qu'ils représentent cumulés 50% des établissements recensés au niveau du couloir d'étude).

- Taille des établissements

Le profil du tissu économique de la séquence n°7 ventilé par nombre de salariés ne présente pas de différence importante avec le profil de l'ensemble du couloir d'étude.

- Date de création des entreprises existantes

La répartition des établissements de la séquence n°7 par date de création est proche de celle constatée sur l'ensemble du couloir. La catégorie des établissements antérieurs à 1990 est toutefois légèrement plus importante, avec 32% des établissements (contre 26% au niveau du couloir d'étude).

ENQUÊTE AUPRÈS DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Séquence n°7

Enquête auprès des acteurs économiques	Couloir	Séquence 7
AGE DE L'ENTREPRISE A L'ADRESSE ACTUELLE		
Depuis moins de deux ans	12%	11%
Entre deux et cinq ans	17%	0%
Entre cinq et dix ans	17%	22%
Depuis plus de 10 ans	54%	67%
QUALITÉ DE LA LOCALISATION ACTUELLE		
Entreprises satisfaites ou très satisfaites de leur implantation	85%	78%
Entreprises peu ou pas satisfaites de leur implantation actuelle	15%	22%
EFFECTIFS SALARIÉS DES ÉTABLISSEMENTS		
Evolution positive des effectifs 2001-2002	12%	22%
Evolution négative des effectifs 2001-2002	17%	0%
Prévision d'évolution positive des effectifs 2002-2003	18%	38%
Prévision d'évolution négative des effectifs 2002-2003	22%	13%
CHIFFRES D'AFFAIRES		
Evolution positive du chiffre d'affaires 2000-2001	42%	78%
Evolution négative du chiffre d'affaires 2000-2001	15%	22%
Prévision d'évolution positive du chiffre d'affaires 2001-2002	36%	56%
Prévision d'évolution négative du chiffre d'affaires 2001-2002	20%	22%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE PENDANT LES TRAVAUX		
Positive sur l'accessibilité pour la clientèle	41%	56%
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	71%	33%
Positive sur le chiffre d'affaires	24%	67%
Négative sur le chiffre d'affaires	45%	56%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE APRÈS LES TRAVAUX		
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	15%	11%
Négative sur le chiffre d'affaires	11%	11%
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR L'ACTIVITÉ		
Le tramway aura une incidence positive sur l'activité	26%	56%
Le tramway n'aura pas d'incidence sur l'activité	48%	11%
Le tramway aura une incidence négative sur l'activité	16%	33%
Ne sait pas	9%	0%
PROJETS DE L'ÉTABLISSEMENT		
Entreprises envisageant aujourd'hui de déménager	6%	13%
Entreprises envisageant aujourd'hui de réaliser des travaux	12%	38%

Nombre de questionnaires : 9

- Résultats de l'enquête auprès des acteurs économiques

Afin de respecter les quotas, seuls 9 questionnaires ont été réalisés dans la séquence n°7 sur un total de 530, ce qui correspond au poids relatif des établissements de la séquence n°7 par rapport à l'ensemble du couloir d'étude.

Les réponses des dirigeants d'établissements confirment que les établissements présents dans la séquence n°7 ont une ancienneté un peu plus marquée que ceux présents dans l'ensemble du couloir.

Le degré de satisfaction des dirigeants d'entreprise quant à leur localisation dans la séquence n°7, même s'il est important, est toutefois légèrement inférieur à l'opinion moyenne exprimée par l'ensemble des dirigeants d'établissements interrogés. Cela explique sans doute en partie la proportion plus importante des dirigeants à envisager aujourd'hui de déménager (13% dans la séquence n°7 contre 6% dans l'ensemble du couloir).

Le contexte économique de la séquence n°7 semble relativement satisfaisant, car une proportion plus importante de dirigeants d'établissements ont recruté en 2000-2001, ou pensaient recruter pour la période 2001-2002.

Plus de la moitié des opinions exprimées montrent que les dirigeants d'entreprises attendent une influence positive du tramway, à la fois sur l'activité, l'accessibilité et le chiffre d'affaires.

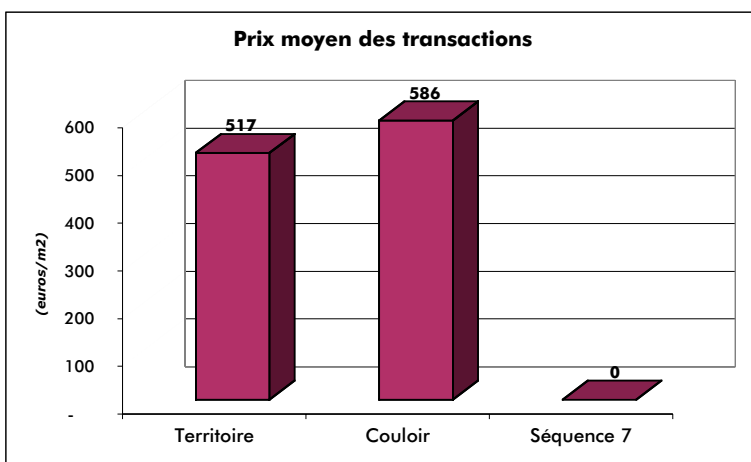
La période des travaux de réalisation du tramway semble moins redoutée ici que sur l'ensemble du couloir d'étude, même si le nombre relativement faible de questionnaires réalisés dans cette séquence n°7 amène à ne pas tirer des conclusions trop catégoriques.



IMMOBILIER ET FONCIER

Séquence n°7

Transactions	Territoire		Couloir		Séquence n°7	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Transactions 2000	143	48%	64	52%	0	-
Transactions 2001	152	52%	58	48%	0	-
TOTAL	295	100%	122	100%	-	-





c) Immobilier et foncier

Aucune transaction foncière ou immobilière concernant une activité économique n'a été recensée dans la séquence n°7.

Il sera donc intéressant d'observer à l'avenir si le passage prochain du tramway au travers de cette séquence participera à modifier cette situation.

COMMERCE Séquence n°7

Nombre de commerces	Territoire		Couloir		Séquence n°7	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Moins de 300 m2	934	85%	462	90%	9	90%
Entre 300 et 2500 m2	151	14%	42	8%	1	10%
Plus de 2500 m2	17	2%	7	1%	-	0%
TOTAL	1 102	100%	511	100%	10	100%

Surface de vente cumulée	Territoire		Couloir		Séquence n°7	
	m2	%	m2	%	m2	%
Moins de 300 m2	61 693	20%	30 674	30%	354	32%
Entre 300 et 2500 m2	140 020	45%	40 072	40%	750	68%
Plus de 2500 m2	106 810	35%	30 313	30%	-	0%
TOTAL	308 523	100%	101 059	100%	1 104	100%

Activité commerciale	Territoire		Couloir		Séquence n°7	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Commerces multiples	41	1%	21	2%	2	4%
Commerces alimentaires	286	10%	114	8%	8	17%
Équipement de la personne	300	10%	156	11%	-	0%
Équipement de la maison	272	10%	122	9%	2	4%
Santé-Beauté-Hygiène	104	4%	52	4%	-	0%
Culture-Loisirs-Sports	86	3%	38	3%	-	0%
Auto/Moto : Commerces et entretien	215	8%	86	6%	8	17%
Autres commerces divers	48	2%	20	1%	2	4%
Café-Restaurants	501	18%	236	17%	10	21%
Services à caractère commercial	578	20%	272	19%	14	29%
Services tertiaires ayant vitrine sur rue	431	15%	279	20%	2	4%
Total	2 862	100%	1 396	100%	48	100%

Les deux premiers tableaux recensent les commerces ayant une surface de vente. Le troisième tableau est basé sur une typologie, précisée en annexe, et qui recense un éventail plus large de commerces.



d) Le commerce

- Commerces et surface de vente

Le commerce présent dans la séquence n°7 est composé de 9 commerces de moins de 300 m², et d'un supermarché alimentaire.

- Commerces et diversité commerciale

Un certain nombre d'activités commerciales n'est pas présent dans la séquence n°7, à savoir l'équipement de la personne, Santé-Beauté-Hygiène et Culture-Loisirs-Sport.

A l'opposé, le commerce alimentaire est bien représenté, de même que le commerce et l'entretien automobile, les cafés restaurants ou les services à caractère commercial.



ENQUÊTE AUPRÈS DES COMMERÇANTS Séquence n°7

Enquête auprès des commerçants	Couloir	Séquence 7
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR LA CLIENTÈLE		
Renforcement de la clientèle de proximité	3%	0%
Renforcement de la clientèle de l'agglomération	13%	0%
Renforcement de la clientèle de passage	6%	0%
Pas d'influence	78%	100%
LIVRAISONS		
Entreprises livrées plus d'une fois par jour	41%	50%
Entreprises livrées une fois par jour	17%	50%
Entreprises livrées 1 à 5 fois par semaine	30%	0%
Entreprises livrées moins d'une fois par semaine	12%	0%
Entreprises livrées avant 7h	3%	0%
Entreprises livrées entre 7h et 12h	67%	50%
Entreprises livrées après 12h	4%	0%
Entreprises livrées sans heure fixe	25%	50%
Durée de livraison de moins de 30 minutes	73%	100%
Durée de livraison de plus de 30 minutes	27%	0%
Livraisons effectuées en voiture	36%	50%
Livraisons effectuées en camionnette	36%	50%
Livraisons effectuées en camion	18%	0%
Livraisons effectuées par un autre véhicule	9%	0%

Nombre de questionnaires : 2



- Enquête auprès des commerçants.

Le faible nombre de questionnaires réalisés dans la séquence n°7 fait que seul deux commerçants ont été interrogés. Il est donc délicat de généraliser l'opinion exprimée par deux commerçants à l'ensemble de la séquence.

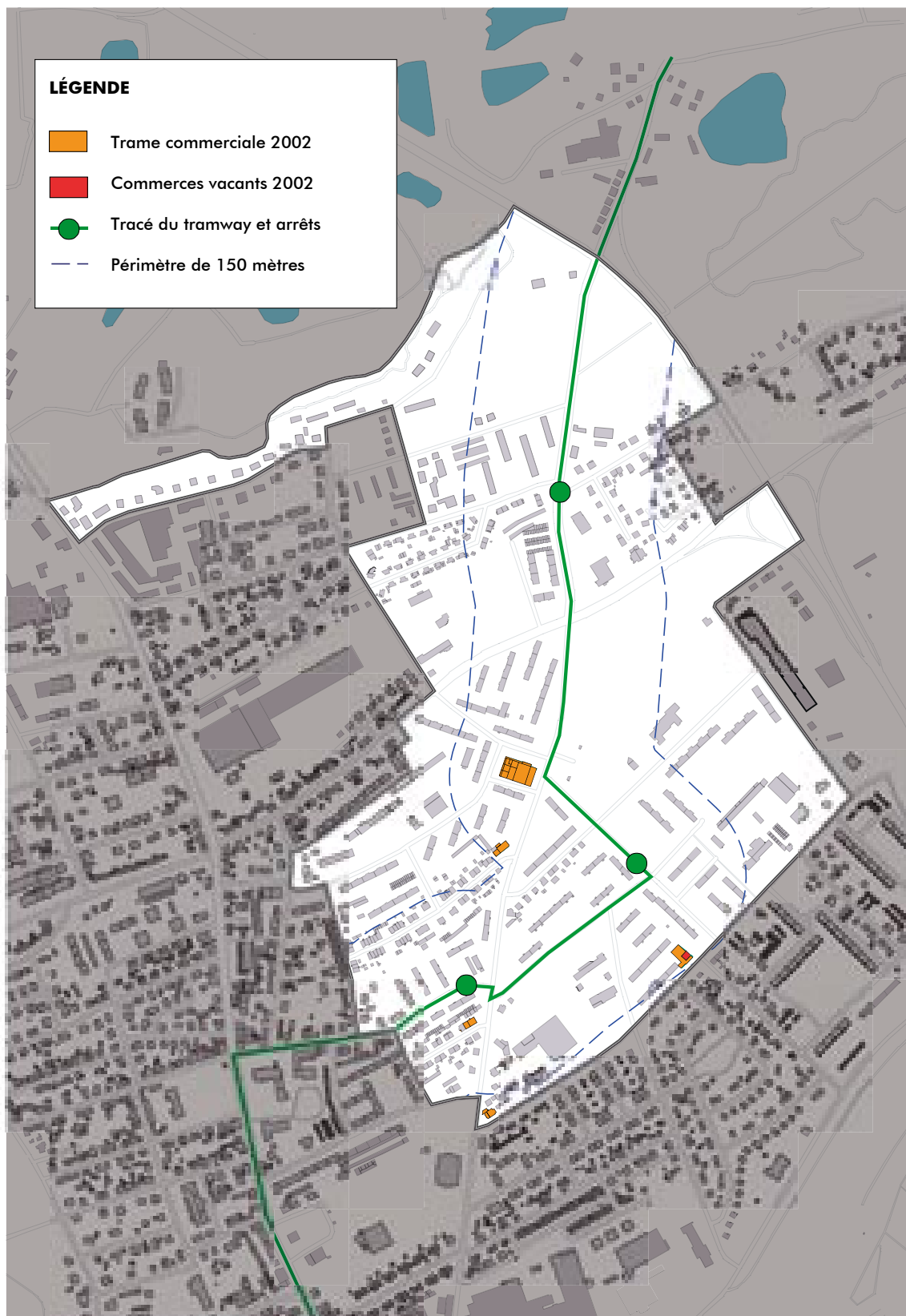
Cependant, sans tenir compte des pourcentages de réponse mais en observant plus attentivement la répartition générale des réponses, il apparaît que les commerçants de la séquence n°7 ne pensent pas que la réalisation et la mise en service du tram va modifier la provenance géographique de la clientèle qui fréquente leur établissement.

Les commerces de la séquence n°7 n'étant pas situés en zone piétonnière, les livraisons peuvent se faire sans horaire contraint.

- Trame commerciale et friches commerciales

Cette séquence est à très nette dominante habitat. Les commerces sont peu présents dans ce tissu urbain discontinu.

Un seul commerce vacant a été identifié dans cette séquence n°7.



LES ENJEUX DANS LA SÉQUENCE n°7

La séquence n°7 se caractérise par un tissu discontinu de couronne urbaine. La fonction habitat y est largement majoritaire.

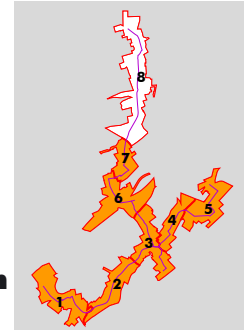
Les dirigeants d'entreprises localisées dans ce secteur ont une attente très forte quant aux incidences positives que pourrait avoir le tramway sur leur activité.

L'enjeu pour cette séquence n°7 est de savoir si le tramway contribuera à répondre à ces attentes ?

S'agissant du devenir du tissu économique, quelle sera l'évolution de la trame commerciale de cette séquence dans cet environnement résidentiel ? Le marché immobilier à vocation d'entreprises connaîtra-t-il un regain d'intérêt ?



8. Séquence n°8 : Kingersheim-Wittenheim



a) Localisation géographique et contexte urbain

La séquence n°8 constitue l'extrémité de la branche nord du tramway de l'agglomération mulhousienne. Ce tronçon concerne deux communes : Kingersheim et Wittenheim.

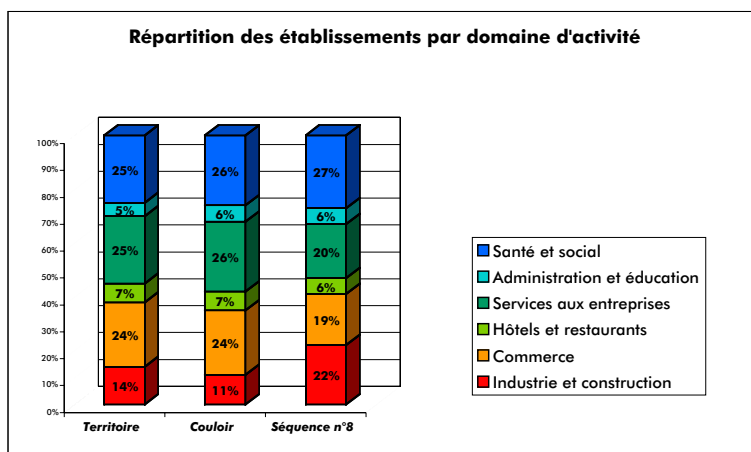
La commune de Kingersheim est limitrophe de Mulhouse, et accueille sur son ban communal un des principaux pôles périphériques de grande distribution de l'agglomération. Ce pôle commercial est situé à l'ouest de la séquence n°8, et ne sera pas desservi par le tramway.

La commune de Wittenheim est le deuxième pôle urbain de la Région Mulhousienne. Son centre-ville dispose d'un tissu de commerces et de services relativement dense et diversifié, autour de la Place Thiers. Des opérations d'aménagement sont à l'étude, et en particulier celle de Hinter den Gaerten. L'arrivée prochaine du tramway dans ce secteur est un des facteurs importants pour définir dans ces projets des orientations d'aménagement qui permettent de profiter pleinement du potentiel existant.

La mise en service du tronçon de tramway de la séquence n°8 est prévue dans la seconde phase, c'est-à-dire entre 2005 et 2010.

ÉTABLISSEMENTS ET EMPLOIS

Séquence n°8



Type d'établissement	Territoire		Couloir		Séquence n°8	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Industrie et construction	1 179	14%	390	11%	75	22%
Commerce	2 010	24%	862	24%	66	19%
Hôtels et restaurants	566	7%	258	7%	18	6%
Services aux entreprises	2 056	25%	927	26%	68	20%
Administration et éducation	415	5%	214	6%	22	6%
Santé et social	2 024	25%	943	26%	94	27%
Total	8 250	100%	3 594	100%	343	100%

Nombre de salariés	Territoire		Couloir		Séquence n°8	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0 salarié	3 055	37%	1 266	35%	131	38%
De 1 à 2 salariés	2 080	25%	946	26%	93	27%
De 3 à 9 salariés	1 859	23%	847	24%	67	20%
De 10 à 19 salariés	432	5%	173	5%	22	6%
De 20 à 49 salariés	299	4%	118	3%	5	1%
Plus de 49 salariés	171	2%	58	2%	5	1%
Effectifs indéterminés	354	4%	186	5%	20	6%
TOTAL	8 250	100%	3 594	100%	343	100%

Date de création	Territoire		Couloir		Séquence n°8	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Avant 1990	1 839	24%	860	26%	113	35%
Entre 1990 et 1999	4 197	54%	1 793	53%	154	47%
Depuis 2000	1 735	22%	707	21%	60	18%
TOTAL	7 771	100%	3 360	100%	327	100%
Non renseigné	479		234		16	

b) Etablissements et emplois

- Domaines d'activité

Le nombre d'établissements recensés dans la séquence n°8 représente presque 10% des établissements identifiés dans le couloir de référence.

Le secteur Industrie et Construction est un secteur très présent, car sa proportion de 22% est supérieure à celle de l'ensemble du couloir d'étude (11%).

Par contre, le commerce et les services aux entreprises sont relativement moins représentés que pour l'ensemble du couloir. La présence à proximité du couloir d'étude d'une zone commerciale très importante explique sans doute la sous-représentation de la première activité citée. La part plus modeste des services aux entreprises dans la séquence n°8 tient au fait que cette séquence n'est pas située au coeur de la ville-centre de l'agglomération, mais en première couronne.

- Taille des établissements

La répartition des établissements de la séquence n°8 par nombre de salariés est très proche de la répartition observée sur l'ensemble du couloir d'étude, à savoir 85% d'établissements ayant moins de 10 salariés.

- Date de création des entreprises existantes

La part des établissements créés avant 1990 est plus importante que la moyenne du couloir d'étude. Cette spécificité est liée sans doute aux caractéristiques de la séquence n°8, c'est-à-dire un territoire qui inclut un centre-ville de commune de première couronne, où le renouvellement des entreprises et des commerces se fait à un rythme moins soutenu qu'au coeur de la ville-centre de l'agglomération.

ENQUÊTE AUPRÈS DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Séquence n° 8

Enquête auprès des acteurs économiques	Couloir	Séquence 8
AGE DE L'ENTREPRISE A L'ADRESSE ACTUELLE		
		%
Depuis moins de deux ans	12%	7%
Entre deux et cinq ans	17%	9%
Entre cinq et dix ans	17%	17%
Depuis plus de 10 ans	54%	67%
QUALITÉ DE LA LOCALISATION ACTUELLE		
Entreprises satisfaites ou très satisfaites de leur implantation	85%	91%
Entreprises peu ou pas satisfaites de leur implantation actuelle	15%	9%
EFFECTIFS SALARIÉS DES ÉTABLISSEMENTS		
Evolution positive des effectifs 2001-2002	12%	18%
Evolution négative des effectifs 2001-2002	17%	7%
Prévision d'évolution positive des effectifs 2002-2003	18%	20%
Prévision d'évolution négative des effectifs 2002-2003	22%	20%
CHIFFRES D'AFFAIRES		
Evolution positive du chiffre d'affaires 2000-2001	42%	50%
Evolution négative du chiffre d'affaires 2000-2001	15%	17%
Prévision d'évolution positive du chiffre d'affaires 2001-2002	36%	46%
Prévision d'évolution négative du chiffre d'affaires 2001-2002	20%	20%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE PENDANT LES TRAVAUX		
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	71%	74%
Négative sur le chiffre d'affaires	45%	44%
TYPES D'INFLUENCE ATTENDUE APRÈS LES TRAVAUX		
Positive sur l'accessibilité pour la clientèle	41%	28%
Négative sur l'accessibilité pour la clientèle	15%	26%
Positive sur le chiffre d'affaires	24%	7%
Négative sur le chiffre d'affaires	11%	17%
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR L'ACTIVITÉ		
Le tramway aura une incidence positive sur l'activité	26%	13%
Le tramway n'aura pas d'incidence sur l'activité	48%	52%
Le tramway aura une incidence négative sur l'activité	16%	24%
Ne sait pas	9%	11%
PROJETS DE L'ÉTABLISSEMENT		
Entreprises envisageant aujourd'hui de déménager	6%	0%
Entreprises envisageant aujourd'hui de réaliser des travaux	12%	2%

Nombre de questionnaires : 54

- Résultats de l'enquête auprès des acteurs économiques

L'enquête auprès des acteurs économiques a procédé à l'interrogation de 54 dirigeants d'entreprises pour un total de 530 questionnaires, ce qui respecte les quotas relatifs à la représentativité du tissu économique de la séquence n°8 dans l'ensemble du couloir d'étude.

Les réponses des responsables d'établissements confirment l'ancienneté plus marquée des établissements de la séquence n°8 par rapport à l'ensemble du couloir d'étude : 67% des dirigeants répondent que leur entreprise est localisée depuis plus de 10 ans à l'adresse actuelle. Et cette localisation des entreprises semble être très appréciée, car plus de 9 dirigeants sur 10 se disent satisfaits de l'implantation actuelle de leur établissement.

Le contexte économique dans la séquence n°8 semble un peu meilleur que dans l'ensemble du couloir, car la proportion des établissements à avoir embauché en 2000-2001 ou prévoyant de le faire en 2001-2002 est plus importante que pour la moyenne du couloir d'étude (18% et 20% contre 12% et 18%). Le constat est identique s'agissant du chiffre d'affaires.

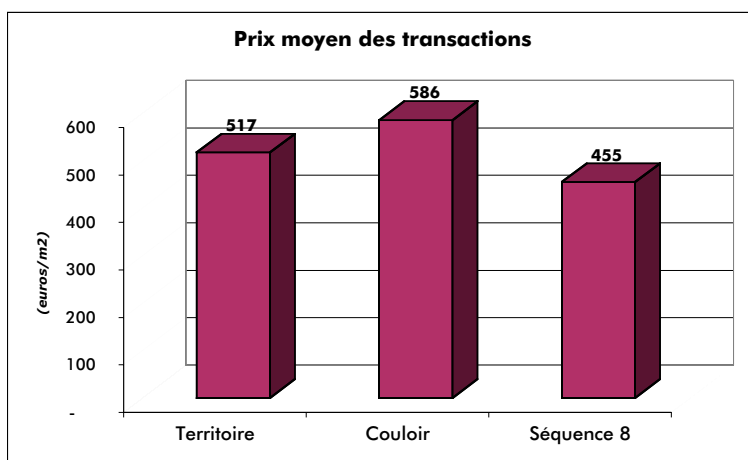
Pendant et après les travaux, les dirigeants d'établissements craignent que l'accessibilité de leur établissement soit moins aisée en comparaison avec la situation avant travaux. Et ils sont relativement moins nombreux à attendre une influence positive du tramway sur l'activité de leur établissement.

Cependant, aucun n'exprime aujourd'hui le souhait de déménager son activité.



IMMOBILIER ET FONCIER Séquence n°8

Transactions	Territoire		Couloir		Séquence n°8	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Transactions 2000	143	48%	64	52%	2	40%
Transactions 2001	152	52%	58	48%	3	60%
TOTAL	295	100%	122	100%	5	100%





c) Immobilier et foncier

Malgré la superficie plus importante de la séquence n°8 par rapport à la plupart des autres séquences composant le couloir, il y a eu très peu de transactions immobilières ou foncières concernant une activité économique. Elles ne représentent que 4% de l'ensemble des transactions observées.

Concernant le prix moyen des transactions, il est inférieur de 20% à la moyenne observée sur l'ensemble du couloir. L'éloignement du territoire observé par rapport au centre de l'agglomération est sans doute une des explication à cette différence.

COMMERCE

Séquence n°8

Nombre de commerces	Territoire		Couloir		Séquence n°8	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Moins de 300 m2	934	85%	462	90%	44	94%
Entre 300 et 2500 m2	151	14%	42	8%	2	4%
Plus de 2500 m2	17	2%	7	1%	1	2%
TOTAL	1 102	100%	511	100%	47	100%

Surface de vente cumulée	Territoire		Couloir		Séquence n°8	
	m2	%	m2	%	m2	%
Moins de 300 m2	61 693	20%	30 674	30%	2 295	44%
Entre 300 et 2500 m2	140 020	45%	40 072	40%	730	14%
Plus de 2500 m2	106 810	35%	30 313	30%	2 135	41%
TOTAL	308 523	100%	101 059	100%	5 160	100%

Activité commerciale	Territoire		Couloir		Séquence n°8	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Commerces multiples	41	1%	21	2%	1	1%
Commerces alimentaires	286	10%	114	8%	14	11%
Equiperment de la personne	300	10%	156	11%	3	2%
Equiperment de la maison	272	10%	122	9%	10	8%
Santé-Beauté-Hygiène	104	4%	52	4%	5	4%
Culture-Loisirs-Sports	86	3%	38	3%	3	2%
Auto/Moto : Commerces et entretien	215	8%	86	6%	12	9%
Autres commerces divers	48	2%	20	1%	1	1%
Café-Restaurants	501	18%	236	17%	16	12%
Services à caractère commercial	578	20%	272	19%	46	35%
Services tertiaires ayant vitrine sur rue	431	15%	279	20%	21	16%
Total	2 862	100%	1 396	100%	132	100%

Les deux premiers tableaux recensent les commerces ayant une surface de vente. Le troisième tableau est basé sur une typologie, précisée en annexe, et qui recense un éventail plus large de commerces.

d) Le commerce

- Commerces et surface de vente

Comme pour l'ensemble du couloir d'étude, la trame commerciale de la séquence n°8 est essentiellement composée de commerces de moins de 300 m² (94% du nombre des commerces recensés).

Trois supermarchés sont localisés dans le périmètre de la séquence n°8 : un supermarché alimentaire (Super U) et deux supermarchés spécialisés non alimentaires. Ces trois supermarchés concentrent plus de la moitié des surfaces de vente cumulées de la séquence n°8.

Il n'y a pas d'hypermarché dans le périmètre de la séquence n°8.

- Commerces et diversité commerciale

La répartition des commerces par activité commerciale met en évidence une sur-représentation des services à caractère commercial (salons de coiffure, cordonniers, laboratoires d'analyses médicales) au sein de la séquence n°8 par rapport à la situation générale observée dans l'ensemble du couloir d'étude.

A l'inverse, le secteur équipement de la personne (habillement, chaussures) ne représente que 2% des commerces existants (contre 11% dans le couloir d'étude). Cette situation tient au fait que ce type de commerce est implanté de façon préférentielle soit au sein de l'hypercentre mulhousien, soit dans les pôles de grande distribution. Or, s'agissant de ces derniers, la séquence n°8 est limitrophe du Kaligone et du Pôle 430, binôme qui forme l'un des pôles majeurs de grande distribution de l'agglomération mulhousienne.

ENQUÊTE AUPRÈS DES COMMERCANTS

Séquence n°8

Enquête auprès des commerçants	Couloir	Séquence 8
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR LA CLIENTÈLE		
Renforcement de la clientèle de proximité	3%	0%
Renforcement de la clientèle de l'agglomération	13%	0%
Renforcement de la clientèle de passage	6%	0%
Pas d'influence	78%	100%
LIVRAISONS		
Entreprises livrées plus d'une fois par jour	41%	82%
Entreprises livrées une fois par jour	17%	18%
Entreprises livrées 1 à 5 fois par semaine	30%	0%
Entreprises livrées moins d'une fois par semaine	12%	0%
Entreprises livrées avant 7h	3%	9%
Entreprises livrées entre 7h et 12h	67%	36%
Entreprises livrées après 12h	4%	0%
Entreprises livrées sans heure fixe	25%	55%
Durée de livraison de moins de 30 minutes	73%	91%
Durée de livraison de plus de 30 minutes	27%	9%
Livraisons effectuées en voiture	36%	36%
Livraisons effectuées en camionnette	36%	55%
Livraisons effectuées en camion	18%	9%
Livraisons effectuées par un autre véhicule	9%	0%

Nombre de questionnaires : 12



- Enquête auprès des commerçants.

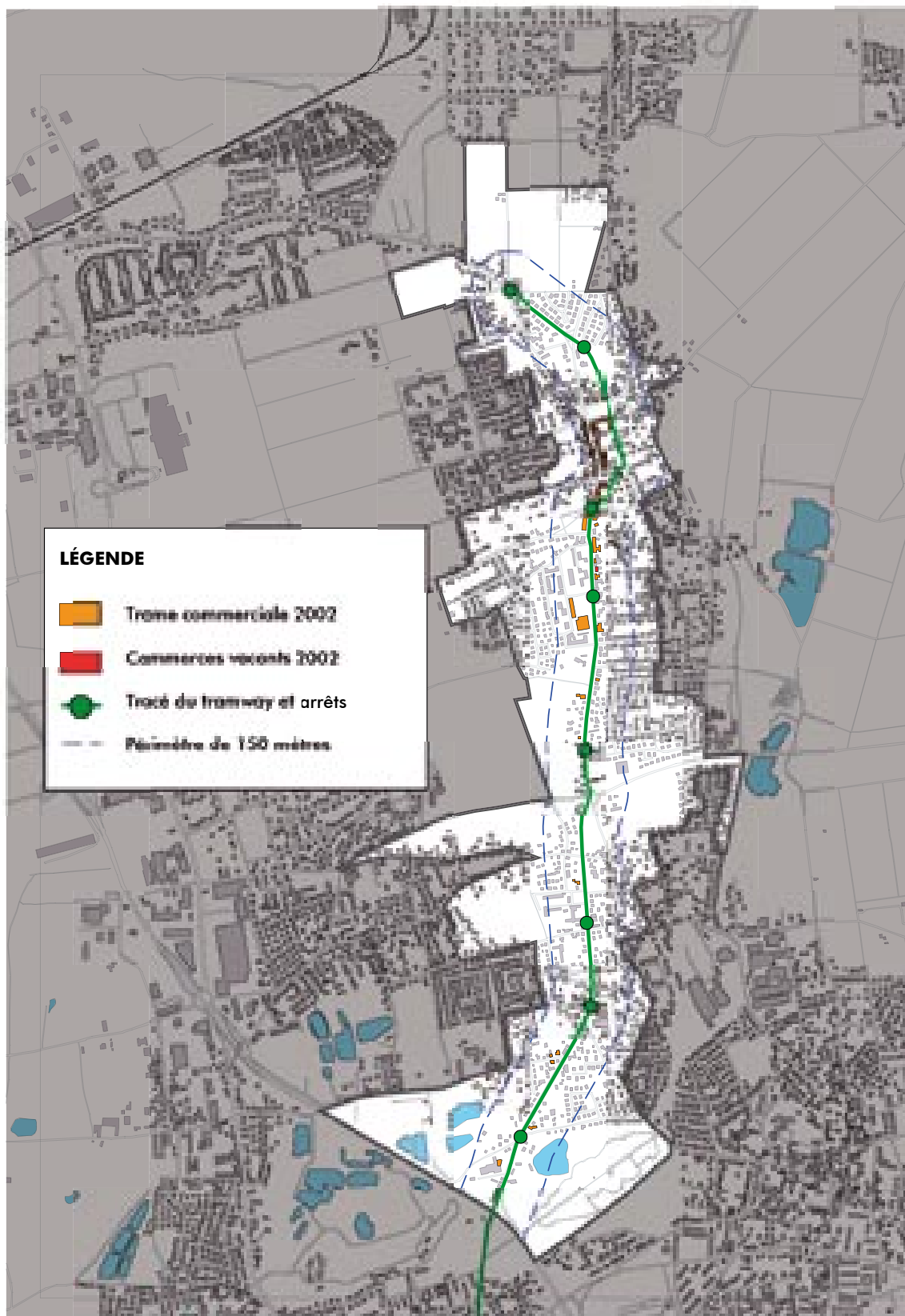
Parmi les 54 questionnaires réalisés dans la séquence n°8, 12 ont concernés des commerçants. Et ceux-ci répondent unanimement que le tramway n'aura, d'après eux, pas d'influence sur l'origine géographique de leur clientèle.

La très grande majorité des commerces de la séquence n°8 sont livrés plus d'une fois par jour, le plus souvent sans heure fixe et par des véhicules de petit gabarit (voiture ou camionnette).

- Trame commerciale et friches commerciales

Le tissu commercial de la séquence n°8 est surtout polarisé autour de la Place Thiers à Wittenheim, dans la partie nord du secteur d'étude. La commune de Wittenheim constitue le deuxième pôle de commerces et de services de l'agglomération mulhousienne.

Peu de friches commerciales ont été recensées dans cette séquence n°8.



LES ENJEUX DANS LA SÉQUENCE n°8

La séquence n°8 sera desservie par le tramway dans la deuxième phase de mise en service entre 2005 et 2010.

Les enjeux dans cette séquence n°8 sont fonction de la commune considérée :

- **à Kingersheim, le tramway pourrait participer au renforcement de la densité urbaine le long du tracé, et assurer le lien avec le noyau ancien de la commune. Cette évolution doit profiter à l'implantation de bâtiments d'habitation, mais aussi à la densification de la trame des services et des commerces.**
- **à Wittenheim (deuxième pôle urbain de l'agglomération), le tramway doit permettre un renforcement du pôle de commerces et de services, en particulier au niveau de Hinter den Gaerten où un projet global d'aménagement est envisagé. Ce programme doit profiter de la desserte par le tramway pour générer une extension (et une diversification ?) de la trame commerciale.**

Et quelles seront les évolutions de la fréquentation et des chiffres d'affaires des activités économiques existantes ?





Chapitre 3

**Tableaux
synthétiques des
indicateurs**



Types d'entreprises	Territoire		Covoitur		Séquence n°1		Séquence n°2		Séquence n°3		Séquence n°4		Séquence n°5		Séquence n°6		Séquence n°7		Séquence n°8			
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%		
TYPES D'ENTREPRISES	1 179	14%	290	11%	45	23%	20	16%	119	6%	31	16%	48	24%	31	16%	21	28%	75	27%		
Industrie et construction	2 010	24%	663	24%	53	27%	30	14%	652	27%	45	14%	57	28%	48	28%	11	18%	66	19%		
Commerce	2 666	29%	528	7%	4	2%	18	9%	182	9%	14	2%	5	2%	33	18%	5	7%	18	16%		
Hôtels et services	2 056	25%	527	20%	41	21%	40	21%	574	26%	125	39%	45	20%	32	18%	6	6%	68	20%		
Services aux entreprises et associés	412	2%	114	6%	23	8%	23	2%	102	2%	7	1%	13	6%	8	4%	8	11%	22	4%		
Administration et éducation	2 024	25%	543	20%	40	20%	63	32%	547	26%	79	25%	38	19%	59	31%	23	37%	94	27%		
Santé et social	8 250	100%	3 994	100%	198	100%	194	100%	2 076	100%	317	100%	201	100%	191	100%	74	100%	343	100%		
NOMBRE D'ENTREPRISES PAR TRANCHES DE SALAIRES	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Entreprises à 0 salariés	3 055	37%	1 266	20%	72	26%	89	46%	695	24%	129	41%	53	26%	68	26%	28	30%	131	36%		
Entreprises de 1 à 2 salariés	2 080	25%	546	24%	51	26%	29	20%	673	26%	80	27%	44	22%	47	23%	19	26%	93	27%		
Entreprises de 3 à 9 salariés	1 859	23%	647	24%	35	18%	35	16%	542	26%	61	19%	33	20%	48	25%	6	6%	67	20%		
Entreprises de 10 à 19 salariés	422	5%	173	5%	8	4%	5	2%	103	5%	11	3%	11	5%	7	4%	6	6%	22	6%		
Entreprises de 20 à 49 salariés	299	4%	118	2%	7	4%	6	2%	56	2%	9	2%	24	12%	8	4%	2	4%	3	1%		
Entreprises de 50 salariés et plus	171	2%	58	2%	4	2%	4	2%	22	1%	2	1%	5	2%	5	2%	10	14%	20	4%		
Entreprises dont affectif incertain	354	4%	185	5%	11	6%	16	6%	84	4%	18	6%	11	5%	8	4%	10	14%	20	4%		
Total	8 250	100%	3 994	100%	198	100%	194	100%	2 076	100%	317	100%	201	100%	191	100%	74	100%	343	100%		
DATE DE CREATION DES ENTREPRISES	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Avant 1990	1 829	24%	660	29%	48	27%	43	22%	473	24%	70	27%	45	24%	43	24%	22	27%	113	33%		
Entre 1990 et 1999	4 197	54%	1 793	65%	83	45%	102	60%	1 077	60%	142	60%	100	64%	102	67%	31	40%	134	47%		
Depuis 2000	1 725	22%	207	7%	56	30%	42	22%	392	20%	65	27%	65	27%	34	19%	16	23%	60	18%		
Total	7 771	100%	3 260	100%	185	100%	187	100%	1 942	100%	382	100%	201	100%	189	100%	69	100%	327	100%		
Moins renseignés	479		234		13		7		136		35		12		12		5		16			
RYTHME DES TRANSACTIONS	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Nombre de transactions foncières et immobilières en 2000	143	48%	64	32%	1	50%	1	17%	45	52%	7	70%	3	71%	4	67%	-	0%	2	40%		
Nombre de transactions foncières et immobilières en 2001	152	52%	58	48%	1	50%	5	82%	42	48%	3	30%	1	25%	2	33%	-	0%	3	60%		
ACTIVITE COMMERCIALE	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Commerce multiples	41	1%	21	2%	12	27%	2	2%	3	6%	-	0%	1	2%	-	0%	2	4%	1	1%		
Commerce alimentaires	286	10%	114	6%	5	6%	1	2%	66	7%	8	11%	2	4%	10	16%	8	17%	14	11%		
Équipement de la personne	300	10%	156	11%	6	11%	-	0%	141	16%	4	2%	1	2%	1	2%	-	0%	3	2%		
Équipement de la maison	272	10%	122	9%	3	6%	2	5%	86	10%	7	9%	3	9%	9	14%	2	4%	10	8%		
Équipement Santé-Bien-être-Tryggve	104	4%	52	4%	2	4%	1	2%	37	4%	1	1%	2	4%	2	2%	-	0%	5	4%		
Équipement Culture-Loisirs-Sports	86	3%	38	3%	1	2%	1	2%	29	3%	2	3%	-	0%	2	2%	-	0%	3	2%		
Auto/Moto : Commerces et activités	215	6%	86	6%	7	12%	6	14%	25	2%	4	2%	11	22%	13	21%	8	17%	12	9%		
Autres commerces divers	48	2%	20	1%	1	2%	2	5%	11	1%	1	1%	1	2%	1	2%	2	4%	1	1%		
Cafés-Restaurants	201	6%	236	17%	2	4%	10	24%	170	19%	13	17%	3	9%	8	13%	10	21%	16	12%		
Services à caractère commercial	578	20%	272	19%	12	23%	15	36%	153	17%	21	29%	7	21%	10	16%	14	29%	45	35%		
Services techniques apart véhicule sur rue	431	15%	279	20%	1	2%	2	5%	168	19%	15	20%	2	6%	7	11%	2	4%	21	16%		
Total	2 862	100%	1 264	100%	83	100%	42	100%	891	100%	76	100%	38	100%	63	100%	48	100%	132	100%		
WOMBER DE COMMERCES	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Moins de 300 m2	924	62%	462	60%	10	63%	9	61%	325	62%	21	100%	10	62%	24	63%	9	60%	44	64%		
Entre 300 et 2500 m2	151	14%	42	6%	4	25%	2	12%	25	2%	-	0%	2	17%	5	17%	1	10%	2	4%		
Plus de 2500 m2	17	2%	7	1%	2	13%	2	12%	2	1%	-	0%	-	0%	-	0%	-	0%	1	2%		
Total	1 102	100%	511	100%	16	100%	13	100%	363	100%	21	100%	12	100%	29	100%	10	100%	47	100%		
SURFACES DE VENTE COMPLEXES DES COMMERCES	m2	%	m2	%	m2	%	m2	%	m2	%	m2	%	m2	%	m2	%	m2	%	m2	%	m2	%
Moins de 300 m2	61 693	20%	30 674	20%	715	4%	372	5%	23 113	37%	1 650	100%	775	27%	1 490	27%	354	32%	2 295	66%		
Entre 300 et 2500 m2	140 020	45%	40 072	40%	4 585	23%	1 250	17%	29 907	46%	-	0%	2 000	73%	3 800	73%	750	68%	730	14%		
Plus de 2500 m2	106 810	33%	30 213	30%	12 827	71%	5 931	79%	9 400	18%	-	0%	-	0%	-	0%	-	0%	2 133	41%		
Total	308 523	100%	101 609	100%	18 127	100%	7 573	100%	62 420	100%	1 650	100%	2 825	100%	5 200	100%	1 104	100%	5 140	100%		



ENQUÊTES APRÈS DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

	Coût	Séquence n°1	Séquence n°2	Séquence n°3	Séquence n°4	Séquence n°5	Séquence n°6	Séquence n°7	Séquence n°8
ÂGE DE L'ENTREPRISE À L'OUVERTURE ACTUELLE									
Depuis moins de deux ans	17%	30%	14%	10%	3%	10%	17%	11%	7%
Entre deux et cinq ans	17%	30%	7%	18%	27%	23%	6%	0%	0%
Entre cinq et dix ans	17%	7%	29%	16%	16%	17%	27%	27%	17%
Depuis plus de 10 ans	54%	33%	50%	45%	57%	48%	50%	67%	67%
QUALITÉ DE LA LOCALISATION ACTUELLE									
Entreprises situées en site isolés de leur implantation	62%	60%	62%	64%	79%	64%	68%	78%	91%
Entreprises pour les gens situées de leur implantation actuelle	17%	30%	4%	16%	21%	4%	17%	27%	9%
IMPACTS SALARIAUX DES ÉTABLISSEMENTS									
Évolution positive des effectifs 2001-2002	17%	17%	17%	17%	6%	16%	17%	27%	16%
Évolution négative des effectifs 2001-2002	17%	23%	13%	16%	20%	19%	33%	0%	7%
Évolution négative des effectifs 2003-2002	18%	25%	19%	12%	12%	19%	19%	24%	20%
Évolution d'effectifs négative des effectifs 2002-2003	27%	25%	15%	18%	24%	23%	33%	13%	20%
CHIFFRES D'AFFAIRES									
Évolution positive des chiffres d'affaires 2000-2001	42%	30%	25%	40%	27%	47%	30%	38%	30%
Évolution négative des chiffres d'affaires 2000-2001	15%	17%	29%	13%	11%	13%	16%	27%	17%
Évolution d'effectifs positive des chiffres d'affaires 2001-2002	24%	30%	14%	33%	41%	45%	30%	54%	46%
Évolution d'effectifs négative des chiffres d'affaires 2001-2002	24%	30%	11%	23%	14%	19%	29%	22%	20%
TYPES D'IMPACTES ATTENDUS PENDANT LES TRAVAUX									
Négative sur l'accessibilité pour le client	71%	77%	50%	79%	60%	45%	67%	23%	74%
Négative sur le chiffre d'affaires	43%	33%	31%	34%	16%	47%	54%	44%	44%
TYPES D'IMPACTES ATTENDUS APRÈS LES TRAVAUX									
Positive sur l'accessibilité pour le client	41%	40%	40%	40%	45%	29%	25%	54%	26%
Négative sur l'accessibilité pour le client	15%	7%	15%	20%	19%	19%	19%	11%	26%
Positive sur le chiffre d'affaires	24%	27%	32%	32%	16%	16%	16%	67%	7%
Négative sur le chiffre d'affaires	11%	30%	4%	12%	6%	13%	13%	11%	17%
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR L'ACTIVITÉ									
Le tramway aura une incidence positive sur l'activité	24%	33%	21%	30%	34%	6%	16%	54%	13%
Le tramway n'aura pas d'incidence sur l'activité	48%	33%	61%	44%	30%	74%	38%	11%	30%
Le tramway aura une incidence négative sur l'activité	16%	30%	7%	16%	6%	13%	16%	23%	24%
Ne sait pas	9%	3%	11%	11%	3%	2%	13%	0%	11%
PROJETS DE L'ÉTABLISSEMENT									
Entreprises envisageant actuellement de développer	4%	4%	4%	7%	11%	0%	10%	12%	0%
Entreprises envisageant potentiellement de réaliser des travaux	17%	15%	4%	12%	16%	11%	17%	20%	7%

ENQUÊTES APRÈS DES COMMERÇANTS

	Coût	Séquence n°1	Séquence n°2	Séquence n°3	Séquence n°4	Séquence n°5	Séquence n°6	Séquence n°7	Séquence n°8
INFLUENCE ATTENDUE DU TRAMWAY SUR LA CLIENTÈLE									
Renforcement de la clientèle de produits	2%	2%	0%	2%	20%	0%	0%	0%	0%
Renforcement de la clientèle de l'établissement	17%	14%	0%	16%	0%	27%	17%	0%	0%
Renforcement de la clientèle de passage	4%	14%	0%	5%	0%	17%	17%	0%	0%
Ne sait pas	79%	71%	80%	79%	80%	76%	67%	100%	100%
OPÉRATIONS									
Entreprises limitées plus d'une fois par jour	41%	44%	60%	36%	34%	60%	71%	60%	62%
Entreprises limitées une fois par jour	17%	17%	0%	17%	33%	0%	0%	50%	76%
Entreprises limitées 1 à 5 fois par semaine	30%	33%	23%	37%	17%	38%	30%	0%	0%
Entreprises limitées moins d'une fois par semaine	19%	0%	23%	16%	17%	12%	0%	0%	0%
Entreprises limitées moins de 2%	2%	0%	23%	7%	0%	12%	0%	0%	0%
Entreprises limitées entre 7% et 12%	67%	50%	50%	79%	50%	50%	57%	50%	24%
Entreprises limitées entre 13%	4%	13%	0%	4%	17%	0%	4%	0%	0%
Entreprises limitées entre 14% et 20%	25%	18%	25%	16%	33%	38%	47%	50%	53%
Entreprises limitées entre 21% et 30 minutes	27%	30%	77%	21%	17%	67%	30%	0%	9%
Entreprises limitées entre plus de 30 minutes	24%	23%	0%	27%	30%	30%	30%	50%	24%
Les clients affectés en camionnette	24%	17%	41%	33%	13%	6%	6%	50%	55%
Les clients affectés en camionnette	18%	13%	30%	16%	17%	13%	27%	0%	9%
Les clients affectés par un autre véhicule	9%	17%	25%	5%	0%	50%	17%	0%	0%





ANNEXES





Annexe 1

Classification des activités commerciales



<i>NAF</i>	<i>LIBELLÉ INSEE</i>
COMMERCES MULTIPLES	
521D	Supermarché
521E	Magasin populaire
521F	Hypermarché
521H	Grand magasin
COMMERCES ALIMENTAIRES	
151F	Charcuterie
158B	Cuisson/Produits de boulangerie
158C	Boulangerie et Boulangerie-Pâtisserie
158D	Pâtisserie
158P	Transformation du thé et du café
521A	Produits surgelés
521B	Alimentation générale
521C	Supérettes
522A	Fruits et Légumes
522C	Viande
522E	Poisson/Coquillage
522G	Vente Pain/Pâtisserie/Confiserie
522J	Boissons
522N	Produits laitiers
522P	Alimentation spécialisée divers
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	
524C	Habillement
524E	Chaussure
524F	Maroquinerie/Articles de voyage
524V	Horlogerie/Bijouterie
EQUIPEMENT DE LA MAISON	
524A	Textile
524H	Meubles
524J	Equipement du foyer
524L	Electroménager/Radio/TV
524N	Quincaillerie
524P	Bricolage
524U	Revêtements sols et murs
524X	Fleurs / Jardinerie
525Z	Biens d'occasion en magasin



<i>NAF</i>	<i>LIBELLÉ INSEE</i>
SANTÉ - BEAUTÉ - HYGIÈNE	
523A	Pharmacie
523C	Articles médicaux et orthopédiques
523E	Parfumerie / Produits de beauté
524T	Optique / Photographie
CULTURE - LOISIRS - SPORTS	
524R	Livres / Journaux / Papeterie
524W	Articles sports et loisirs
524Z	Commerces divers en magasin spécialisé
AUTO / MOTO : COMMERCE ET ENTRETIEN	
501Z	Commerce de véhicules automobiles
502Z	Entretien et réparation véhicules automobiles
503B	Commerce de détail équipements automobiles
504Z	Commerce et réparation de moto
505Z	Commerce de détail Carburants
AUTRES COMMERCE DIVERS	
521J	Autre commerce non spécialisé
522L	Tabac
524Y	Charbon/combustible
CAFÉS - RESTAURANTS	
551A	Hôtels tourisme avec restaurant
551C	Hôtels tourisme sans restaurant
553A	Restauration de type traditionnel
553B	Restauration de type rapide
554A	Cafés-tabacs
554B	Débits de boissons
SERVICES A CARACTÈRE COMMERCIAL	
527A	Réparation chaussures et articles de cuir
527C	Réparation de matériel électronique grand public
527D	Réparation appareils électriques à usage domestique
527F	Réparation montres et horloges de bijouterie
527H	Réparation d'articles personnels et domestiques
851G	Activité des auxiliaires médicaux
851K	Laboratoire d'analyses médicales
852Z	Activités vétérinaires
930B	Laverie - Blanchisserie - Teinturerie de détail
930D	Salon de coiffure
930E	Soins de beauté
930H	Pompes funèbres
930L	Autres soins corporels





<i>NAF</i>	<i>LIBELLÉ INSEE</i>
SERVICES TERTIAIRES AYANT VITRINE SUR RUE	
651C	Banques
651D	Banques mutualistes
651E	Caisses d'épargne
633Z	Agences de voyage
703A	Agences immobilières
711Z	Location de voitures particulières
745B	Agences de travail temporaire
804A	Auto-Ecoles
930N	Autres services personnels



Annexe 2

Questionnaire auprès des usagers piétons du centre- ville de Mulhouse





Agence d'Urbanisme de la Région Mulhousienne

**Observatoire
des impacts économiques
du tramway
de l'agglomération mulhousienne**

**Enquête sur site auprès des usagers piétons
QUESTIONNAIRE**



1. LE DÉPLACEMENT

1) Aujourd'hui, comment vous êtes-vous rendu en ville ? (deux réponses possibles)

- j'y réside
- à pied
- à vélo
- en voiture
- en bus Préciser le numéro de ligne :
- en train
- en car
- autre :

2) Vous vous êtes déplacé en ville pour (deux réponses possibles) :

- aller au travail
- aller à l'école , à l'université
- faire des achats en ville
- utiliser les services publics (poste, administrations, CPAM, CAF, ...)
- utiliser des services privés (médecin, avocat, notaire, banque, ...)
- des loisirs (cinéma, ...)
- spécifiquement pour le marché de Noël
- autre :

3) Et vous vous êtes déplacé ...

- seul
- avec votre conjoint
- avec vos enfants ou en famille
- avec un ou des amis
- en groupe

4) Quelle est la durée totale de votre trajet (direct) entre votre lieu de départ et votre lieu d'arrivée ?

- Moins de 5 minutes
- De 5 à 10 minutes
- De 11 à 20 minutes
- De 21 à 40 minutes
- De 41 minutes à 1 heure
- Plus d'1 heure



5) Si cela avait été possible, auriez-vous préféré utiliser un autre moyen de transport que celui que vous avez pris ?

- Non
- Oui Lequel :
 - à pied
 - à vélo
 - en voiture
 - en bus
 - en train
 - en car
 - autre :

6) A quelle fréquence venez-vous en ville ?

- Plusieurs fois par jour
- Au moins 4 fois par semaine
- 1 à 3 fois par semaine
- 1 à 3 fois par mois
- Moins qu'une fois par mois
- J'y habite

7) Qu'y a-t-il, selon vous, à améliorer pour pouvoir se rendre commodément en ville ?
(plusieurs réponses possibles)

- Davantage de rues piétonnes
- Davantage de sécurité pour les piétons
- Davantage de pistes cyclables
- Davantage de parkings pour vélos
- Davantage de transports en communs (fréquence, rapidité, amplitude horaire, ...)
- Davantage de places de stationnement
- Une baisse du prix de l'heure de stationnement
- Davantage d'aménagements pour les personnes à mobilité réduite

8) Diriez-vous du centre-ville de Mulhouse ?

- Qu'il est très attractif
- Qu'il est attractif mais qu'il y aurait des améliorations à faire
- Qu'il est peu attractif
- Qu'il n'est pas attractif et qu'il est préférable, si c'est possible, de se rendre ailleurs qu'en ville pour faire ses achats



9) Que faudrait-il, selon vous, pour améliorer l'attractivité du centre-ville (trois réponses possibles) ?

- Qu'il y ait davantage de commerces et de services
- Qu'il y ait davantage de choses intéressantes qui s'y déroulent (événements, animations, manifestations, expositions, ...)
- Que les aménagements rendent le centre-ville plus agréable
- Qu'il soit plus facile de s'y rendre en voiture
- Qu'il y ait davantage de dessertes en transport en commun
- Qu'il y ait moins de voitures
- Que la sécurité soit accrue
- Que la propreté améliorée
- Autre :

2. PROJET DU TRAMWAY

10) En 2005, le tramway de l'agglomération mulhousienne sera mis en service. A votre avis,

Selon que vous êtes plutôt

- Piéton
- Automobiliste
- Usagers des transports en commun
- Cycliste

... quelles seront les conséquences de ce projet sur le centre-ville (2 réponses possibles) ?

- L'accès en ville sera facilité
- L'accès en ville sera plus difficile
- Les commerces et services seront plus attractifs
- La ville sera plus animée
- Il y aura davantage de monde en ville
- La ville aura une meilleure image

11) En 2005, le tramway de l'agglomération mulhousienne sera mis en service. Pensez-vous utiliser le tramway ?

- Tous les jours ou presque
- Régulièrement
- Rarement
- Jamais
- Ne sait pas



12) Et vous vous rendez alors au centre-ville...

- Plus souvent qu'aujourd'hui
- Autant qu'aujourd'hui
- Moins souvent qu'aujourd'hui
- Habite le centre-ville

3. IDENTIFICATION

- Homme
- Femme

13) Age

- moins de 20 ans
- 25-40 ans
- 40-60 ans
- 60-75 ans
- plus de 75 ans

14) Catégorie socio-professionnelle

- Agriculteur Exploitant
- Artisan, Commerçant et Chef d'entreprise
- Professions intermédiaires : Employés, Ouvriers, Retraité
- Cadres et Professions intellectuelles supérieures
- Etudiant
- Sans emploi
- Autre

15) Commune de résidence :

- Baldersheim
- Battenheim
- Brunstatt
- Didenheim
- Illzach
- Kingersheim
- Lutterbach
- Morschwiller-le-bas
- Mulhouse
- Pfastatt
- Richwiller
- Riedisheim
- Rixheim
- Ruelisheim
- Sausheim
- Wittenheim
- Zillisheim
- Autre :



16) Pour les mulhousiens, quartier de résidence (montrer une carte)

- Bassin-Nordfeld
- Bourtzwiller
- Brustlein
- Centre Historique
- Cité Briand
- Coteaux
- Daguerre
- Doller
- Dornach
- Drouot-Barbanegre
- Franklin-Fridolin
- Fonderie
- Haut-Poirier
- Rebberg
- Vauban-Neppert
- Wolf-Wagner

Annexe 3

Questionnaire auprès des acteurs économiques du couloir d'étude





Agence d'Urbanisme de la Région Mulhousienne

**Observatoire
des impacts économiques
du tramway
de l'agglomération mulhousienne**

**Enquête téléphonique
auprès des acteurs économiques**

QUESTIONNAIRE



1. VOTRE IMPLANTATION

1) Votre activité est-elle implantée à votre adresse actuelle depuis...

- moins d'un an
- entre 1 et 2 ans
- entre 2 et 5 ans
- entre 5 et 10 ans
- plus de 10 ans

2) D'après vous, votre site d'implantation actuel ...

- constitue dans l'ensemble un *atout* essentiel pour votre activité
- est satisfaisant
- n'est pas satisfaisant
- constitue un *handicap* pour votre activité

3) Comment jugez-vous la localisation de votre lieu d'activité ... pour les éléments suivants :

	pas du tout satisfaisant	Peu satisfaisant	satisfaisant	très satisfaisant
desserte voiture pour vos clients	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
desserte voiture pour vos employés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
desserte en transports en commun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
desserte marchandise pour les livraisons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
proximité des services urbains	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Par rapport aux pôles d'affluence de l'agglomération	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. LE PROJET DE TRAMWAY

4) En 2005, le tramway de l'agglomération mulhousienne sera mis en service. A votre avis, ce moyen de transport en commun :

- sera profitable à votre activité
- n'aura pas d'incidence sur votre activité
- aura un effet négatif sur votre activité
- ne sait pas

5) Pendant les travaux, à votre avis, quelle sera l'influence du tramway sur :

	très négative	négative	sans influence	positive	très positive
L'accessibilité de votre activité pour votre clientèle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'accessibilité de votre activité pour vos employés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'évolution de votre chiffre d'affaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le développement de votre clientèle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'évolution de votre gamme de produits et services	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6) Une fois le tram en service, à votre avis, quelle sera son influence sur :

	très négative	négative	sans influence	positive	très positive
L'accessibilité de votre activité pour votre clientèle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'accessibilité de votre activité pour vos employés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'évolution de votre chiffre d'affaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le développement de votre clientèle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'évolution de votre gamme de produits et services	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... vers d'autres produits et services	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... vers des produits et services haut de gamme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... vers des produits et services bon marché	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



3. LES PROJETS DE L'ÉTABLISSEMENT

7) Envisagez-vous, dans les deux ans qui viennent et compte tenu de l'arrivée du tramway

...

- ... de changer votre lieu d'implantation ?
 - oui
 - non

- ... de vendre ou transmettre votre activité ?
 - oui
 - non

- ... de réaliser des travaux (sans changer le lieu d'implantation) ?
 - oui
 - non

8 a) Si envisage de changer de lieu d'implantation, pour quelle raison :

- Difficultés liées aux déplacements en centre-ville
- Pour être mieux situé par rapport au tramway
- Autre

8 b) Si envisage de réaliser des travaux, quels types de travaux :

- agencement intérieur
- agrandissement des locaux
- façade
- mise aux normes « hygiène et sécurité »
- autre :

4. POUR LES COMMERCANTS (filtre sur la donnée-fichier)**LA CLIENTÈLE****9) Tranche d'âge de la clientèle:**

- une clientèle très jeune (moins de 25 ans)
- une clientèle jeune (25-40 ans)
- une clientèle d'âge moyen (40-60 ans)
- une clientèle âgée (plus de 60 ans)
- pas de tranche d'âge dominante

10) Origine géographique de la clientèle :

- une clientèle de proximité 0-33% 33%-66% >66%
- une clientèle de l'agglomération 0-33% 33%-66% >66%
- une clientèle de passage 0-33% 33%-66% >66%

11) Pensez-vous que l'arrivée du tramway va avoir une influence sur l'origine géographique de votre clientèle :

- non
- oui Précisez
 - renforcement de la clientèle de proximité
 - renforcement de la clientèle de l'agglomération
 - renforcement de la clientèle de passage
 - renforcement d'un autre type de clientèle (Précisez lequel : ...)

LES LIVRAISONS**12) Actuellement, quelle est la fréquence de vos livraisons ?**

- 2 fois par jour et +
- 1 fois par jour
- 1 à 5 fois par semaine
- moins d'une fois par semaine

13) A quelle heure ont-elles lieu en général (deux réponses possibles)

- avant 7h
- entre 7h et 10h
- entre 10h et midi
- entre midi et 14h
- de 14 à 17h
- après 17h
- sans heure fixe

14) Quel est le temps moyen de livraison ?

- moins de 5 minutes
- de 5 à 15 minutes
- de 15 à 30 minutes
- plus de 30 minutes



15) Quel est le type de véhicule assurant les livraisons ?

- voiture
- camionnette
- camion
- autre

5. VOTRE ACTIVITÉ

16) Les effectifs

Situation de l'année précédente		Situation de l'année en cours		Prévisions pour les 12 prochains mois	
Temps pleins		Temps pleins		Temps pleins	
Temps partiels		Temps partiels		Temps partiels	
TOTAL		TOTAL		TOTAL	

17) Tranches de chiffres d'affaires (hors taxe) EN EUROS

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> moins de 150 000 <input type="radio"/> de 150 000 à 500 000 <input type="radio"/> de 500 000 à 1 500 000 <input type="radio"/> de 1 500 000 à 3 000 000 <input type="radio"/> de 3 000 000 à 10 000 000 <input type="radio"/> plus de 10 000 000 | <p style="text-align: center;">Equivalent Francs arrondi</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> moins de 1 MF <input type="radio"/> de 1 MF à 3 MF <input type="radio"/> de 3 MF à 10 MF <input type="radio"/> de 10 MF à 20 MF <input type="radio"/> de 20 MF à 65 MF <input type="radio"/> plus de 65 MF |
|---|--|

18) Evolution de chiffre d'affaires

- Evolution 2000-2001 :
- négative
 - stable (entre -1% et +1%)
 - positive (+1% à +10%)
 - très positive (supérieure à +10%)

- Prévision évolution 2001-2002 :
- négative
 - stable (entre -1% et +1%)
 - positive (+1% à +10%)
 - très positive (supérieure à +10%)



6. IDENTIFICATIONS

19) Identification de l'établissement

Nom de l'établissement :
Enseigne :
Adresse :
Etage :
Code activité NAF :
Date de début d'activité :
Date de début d'activité à l'adresse actuelle :
Forme juridique :
Téléphone :
Fax :
E-mail :

20) Identification du répondant :

Nom :
Prénom :
Fonction :
Année de naissance :

