

# Tourisme

*Le tourisme est secteur d'activité important en Alsace (6,1% du PIB Alsacien). L'image vendue par la Région repose sur le tourisme viticole, gastronomique, culturel et de plus en plus sur son cadre naturel. Les secteurs les plus attractifs sont les Vosges, Strasbourg et Colmar. La région mulhousienne, marquée par son histoire industrielle, participe moins de l'image alsacienne. Or c'est dans ce secteur que s'étend le pays de la région mulhousienne. Dans ces conditions, comment le territoire se positionne-t-il en matière de tourisme ?*

*Il est double. Du côté du tourisme grand public, la région mulhousienne dispose de deux attracteurs touristiques régionaux majeurs, l'Ecomusée et le musée de l'automobile, qui attirent à eux deux environ 500000 visiteurs. Néanmoins, la région n'optimise pas assez leur présence. Elle ne parvient que peu à capter les visiteurs au delà de la visite. Du côté du tourisme d'affaire, par contre, la progression observée ces dernières années confirme le bien fondé des initiatives engagées dans ce domaine.*

## Un contexte local favorable au tourisme d'affaire

De son passé industriel, la région mulhousienne conserve un tissu économique d'importance. Les entreprises locales dont certaines de grande envergure comme Peugeot ou DMC et l'université de Haute Alsace motivent de nombreux déplacements professionnels à Mulhouse.

La desserte autoroutière et aérienne considérée comme bonne favorise de tels déplacements. Toutefois, l'arrivée du TGV est attendue car elle permettra une réduction des coûts de transport avec Paris (comparativement à l'avion).

L'hébergement hôtelier, offrant 2664 chambres en 2001 dont la moitié en hôtels 2\* et près du quart en hôtellerie économique, répond à cette demande de séjours pour déplacements professionnels.

En 1995, la CCI Sud Alsace et la ville de Mulhouse ont pris

l'initiative de développer ce tourisme d'affaire en ajoutant aux séjours professionnels des séjours liés à la tenue de séminaires et congrès. Ils ont créé conjointement une structure associative,

### L'hébergement dans le pays

|  | capacité d'accueil     |
|--|------------------------|
| hôtels   | 2664 chambres          |
| camping (tourisme)                               | 320 emplacements       |
| camping (loisirs)                                | 76 emplacements        |
| Auberge de jeunesse                              | 27 chambres (102 lits) |
| chambres d'hôtes                                 | 7 chambres             |
| meublés de tourisme                              | 7 meublés              |
| centre sportif régional                          | 52 chambres (130 lits) |
| centre d'accueil et de relations internationales | 30 chambres (92 lits)  |

Sources : observatoire de l'hôtellerie 2001 de la CCI sud alsace et documents promotionnels édités par les ADT du Haut-Rhin et du Bas-Rhin 2002.

NB : il existe également deux résidences de tourisme, l'une à Bollwiller et l'autre à Mulhouse.

ATIR, ayant pour double mission :

- La promotion du Sud Alsace sur le marché du tourisme d'affaire
- L'aide technique gratuite aux organisateurs de manifestations professionnelles.

L'année suivante, le parc expo ouvrait ses portes ce qui a eu pour effet d'offrir un deuxième lieu, en sus de la SIM (Société Industrielle de Mulhouse), adapté à la tenue de congrès de plusieurs centaines de personnes et de grandes manifestations.

*Taille des manifestations*

| Nombre de participants | en 2000 | en 2001 |
|------------------------|---------|---------|
| plus de 600            | 2%      | 5%      |
| 201 à 600              | 15%     | 21%     |
| 61 à 200               | 23%     | 26%     |
| 21 à 60                | 37%     | 28%     |
| moins de 20            | 23%     | 20%     |

Sources : ATIR, rapport d'activité 2001

S'appuyant d'un côté sur ces deux équipements majeurs et de l'autre sur une capacité hôtelière suffisante, ATIR a élaboré un produit promotionnel innovant : le Pack congrès (pour des manifestations de 100 à 450 personnes).

Un pack séminaire a également été mis en place. Le nombre de participants étant compris entre 30 et 100 personnes, ATIR propose comme lieu de séminaire le musée de l'automobile ou celui de l'énergie électrique.

*Répartition de l'hôtellerie par catégorie (en nombre de chambre)*

|                                       | alsace (au 1/1/2001) | répartition | pays (en 2000) | répartition | mulhouse en 2000 | répartition |
|---------------------------------------|----------------------|-------------|----------------|-------------|------------------|-------------|
| sans étoile                           | 1611                 | 8,5 %       | 430            | 20 %        | 175              | 19 %        |
| une étoile                            | 795                  | 4 %         | 49             | 2 %         | 0                | 0 %         |
| deux étoiles                          | 10559                | 55,5 %      | 1149           | 53 %        | 444              | 50 %        |
| trois étoiles                         | 4871                 | 26 %        | 549            | 25 %        | 275              | 31 %        |
| quatre étoiles                        | 1196                 | 6%          | 0              | 0 %         | 0                | 0 %         |
| total chambres "homologuées tourisme" | 19032                | 100 %       | 2177           | 100 %       | 894              | 100 %       |

Sources : ORT pour les données «Alsace» et CCI sud Alsace, observatoire de l'hôtellerie 2000 pour le pays et Mulhouse.

*NB : Les communes de Berrwiller, Bollwiller, Ensisheim, Feldkirch, Pulversheim et Ungersheim ne sont pas comptabilisées car elles dépendent de l'observatoire réalisé par la CCI de Colmar et non par celle de Mulhouse*

Les actions entreprises semblent porter leurs fruits car les manifestations de plus de 100 personnes sont en progression.

Néanmoins, ce constat positif ne doit pas faire oublier la proximité d'un concurrent de taille, Bâle, dont la foire vient de fusionner avec celle de Zurich.

## Un tourisme grand public qui se cherche

La région mulhousienne se positionne sur le marché du tourisme culturel. Elle compte deux pôles de visites majeurs à l'échelle régionale : l'Ecomusée à Ungersheim et le musée de l'automobile à Mulhouse. Ces deux équipements génèrent à eux deux environ 500000 entrées.

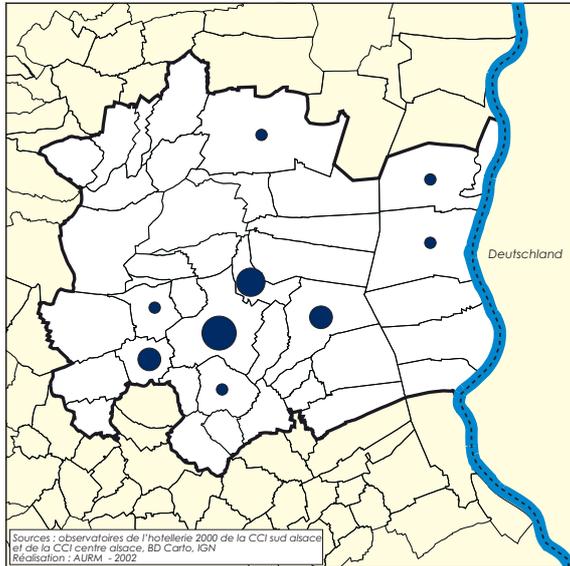
**En 1999, une enquête menée à Mulhouse par l'Office de Tourisme montrait que les touristes faisant étape à Mulhouse étaient :**

- Majoritairement français
- Hébergés en dehors de Mulhouse sur la route des vins, dans les Vosges ou à Colmar
- Attirés par les musées, le centre historique ne venant qu'en second

Malheureusement pour la région mulhousienne, ces quelques 500000 visiteurs ne font que se rendre dans l'un de ces équipements. Ils ne se diffusent pas ensuite dans le secteur, centre-ville de Mulhouse compris.

Peu d'entre eux logent pour leur séjour dans la région mulhousienne. Les Vosges et Colmar sont préférées à Mulhouse.

Alors que Mulhouse dispose d'un patrimoine urbain et de six autres musées en sus de celui de l'automobile, le tourisme urbain est peu exploité. Cela vient en partie du fait que le tourisme urbain en Alsace est rattaché à l'image véhiculée par l'architecture alsacienne typique que l'on retrouve à Colmar et Strasbourg mais très peu à Mulhouse.

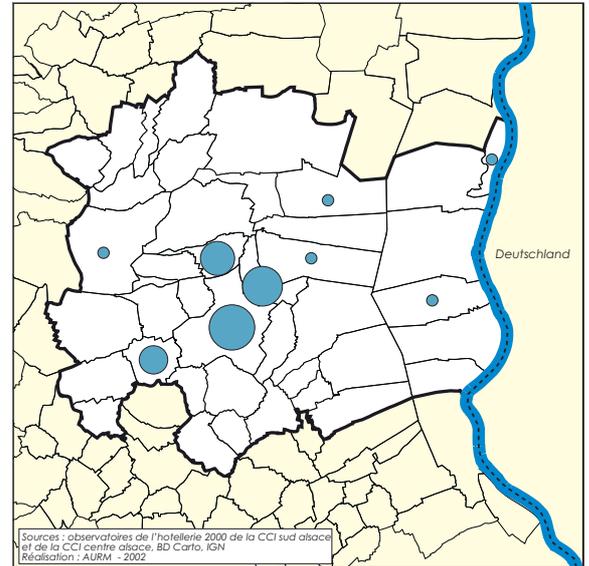


Capacité en nombre de chambres des hôtels non homologués



**Nombre de chambres d'hôtels non homologués en 2000**

Pays : 310 chambres

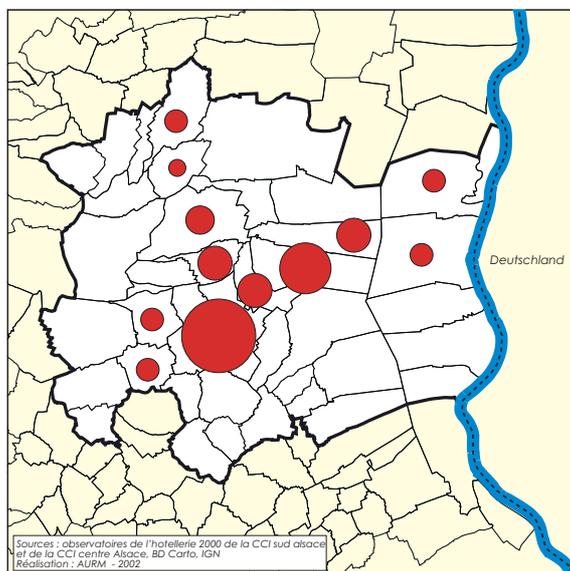


Capacité en nombre de chambres des hôtels sans et avec 1 étoile



**Nombre de chambres d'hôtels sans et avec 1 étoile en 2000**

Pays : 479 chambres

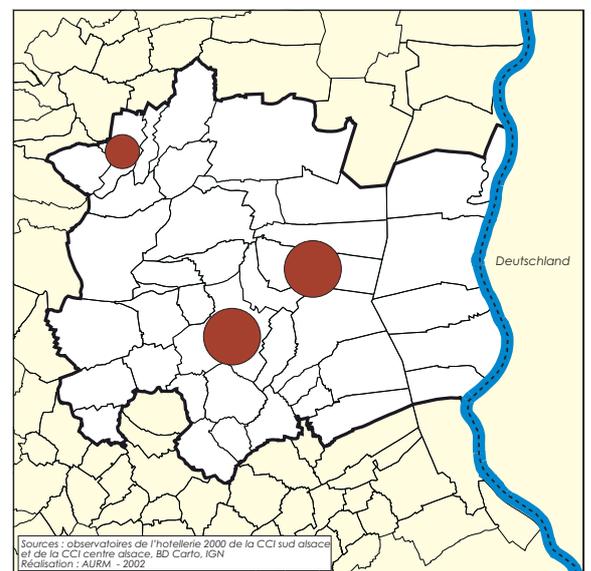


Capacité en nombre de chambres des hôtels 2 étoiles

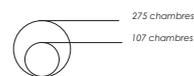


**Nombre de chambres d'hôtels 2 étoiles en 2000**

Pays : 1219 chambres

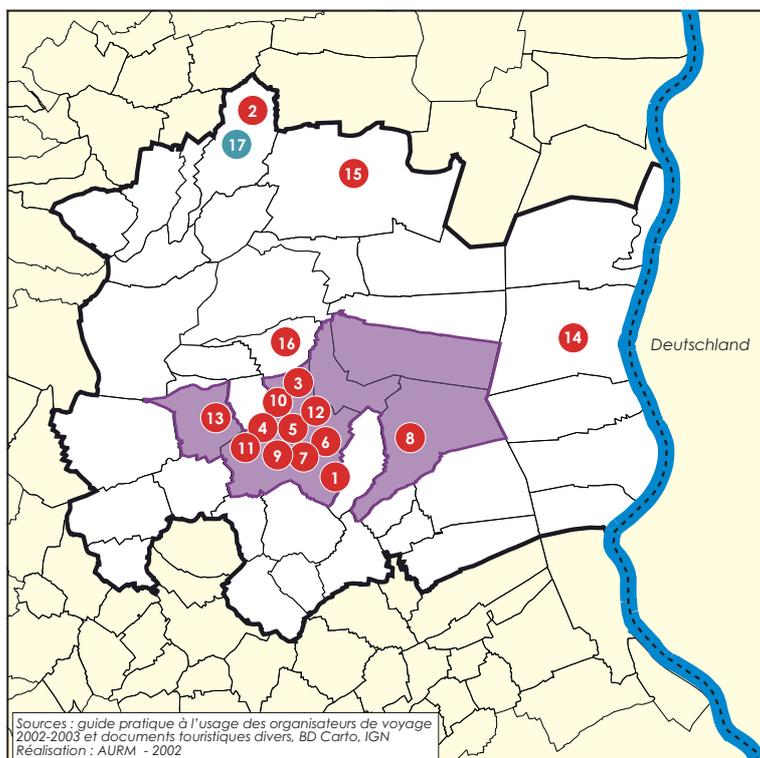


Capacité en nombre de chambres des hôtels 3 étoiles



**Nombre de chambres d'hôtels 3 étoiles en 2000**

Pays : 656 chambres



### visites possibles dans le pays de la région mulhousienne

- |    |   |                         |
|----|---|-------------------------|
| 1  | parc zoologique et botanique                        | 352 770 entrées en 2001 |
| 2  | Ecomusée  | 313 394 entrées en 2001 |
| 3  | musée national de l'automobile                      | 225 177 entrées en 2001 |
| 4  | musée français du chemin de fer                     | 96 882 entrées en 2001  |
| 5  | musée EDF electropolis                              | 33 706 entrées en 2001  |
| 6  | musée de l'impression sur étoffes                   | 27 738 entrées en 2001  |
| 7  | musée historique                                    | 24 321 entrées en 2001  |
| 8  | musée du papier peint                               | 12 672 entrées en 2001  |
| 9  | musée des beaux arts                                | 8 426 entrées en 2001   |
| 10 | maison de la céramique - centre d'art international | 2 734 entrées en 2001   |
| 11 | musée du sapeur pompier                             |                         |
| 12 | verrières du temple Saint Etienne                   |                         |
| 13 | Brasserie de Lutterbach                             |                         |
| 14 | Eglise d'Ottmarsheim                                |                         |
| 15 | musée de la régence                                 |                         |
| 16 | aquarium tropical                                   |                         |
| 17 | bioscope (projet)                                   |                         |



territoire couvert par l'office de tourisme

L'Office de Tourisme de Mulhouse et de sa Région travaille cependant au développement de produits comprenant un hébergement de plusieurs nuits à Mulhouse et une découverte de l'Alsace en bus.

La proximité de la Suisse et de l'Allemagne est également mise en avant. Car la localisation de la région mulhousienne et le réseau de voies de communication qui la parcourent lui offrent des atouts à valoriser. Les prix d'hébergement inférieurs à ceux pratiqués à Colmar et Strasbourg constituent aussi un argument publicitaire avancé par l'Office de Tourisme.

A ces segments de marché intéressants à développer, la CCI Sud Alsace ajoute le tourisme fluvial. Il existerait un potentiel inexploité pour des promenades organisées sur les tronçons Mulhouse-Illfurth et Mulhouse-Kembs. Le secteur Niffer-Kembs fait d'ailleurs l'objet d'une étude qui si elle est suivie d'effet pourrait amener la création d'un troisième pôle touristique dans le pays.

## Des musées jusqu'ici peu investis dans le tourisme

Paradoxalement, alors que l'Office de Tourisme met en avant comme argument publicitaire le fait que Mulhouse soit la capitale européenne des musées techniques, peu d'entre eux s'impliquent dans le tourisme. En effet, le rôle premier d'un musée est de conserver des collections pour l'entretien de la mémoire collective. La pédagogie vient après et le tourisme souvent jamais.

### MUSÉES SANS FRONTIÈRES

**Cette association, créée en 1993 à l'initiative de l'État, du Conseil Régional, du Conseil Général et de la ville de Mulhouse, assure la répartition des crédits alloués dans le cadre du Contrat de Plan Etat-Région aux musées adhérents (de l'automobile, du chemin de fer, EDF, historique, de l'impression sur étoffes, du papier peint et du textile et des costumes à Wesserling).**

**Elle édite une brochure présentant les animations et expositions des musées adhérents et une autre en partenariat avec l'OT présentant les musées.**

Pour ce qui concerne les autres musées mulhousiens, cette démarche n'a pas été entreprise ou alors très timidement. Ce constat s'appliquant à de nombreux musées du Haut-Rhin, les assises départementales du tourisme de Haute Alsace de 1996 soulignaient la nécessité de réfléchir à l'implication des musées dans le développement touristique du territoire.

Six ans plus tard, une convention pour la valorisation touristique des musées de Mulhouse et de sa région est finalement signée. Elle formalise le partenariat entre Musées sans Frontières, l'Office de Tourisme, la CCI Sud Alsace et le Département du Haut-Rhin.

Pour l'heure, les actions ont été d'ordre promotionnel avec l'édition de documents touristiques présentant l'ensemble de l'offre muséographique (collections, expositions et animations). La création de produits touristiques spécifiques autour de ce pôle muséographique n'a par contre pas encore été engagée. La volonté de faire existe cependant chez les acteurs concernés.

Une meilleure exploitation des sites d'archéologie industrielle pourrait être un axe de travail d'autant que l'Ecomusée se lance dans cette voie avec le réaménagement du Carreau Rodolphe en un conservatoire du paysage rhénan post-industriel.

Les seuls musées à avoir une démarche touristique sont l'Ecomusée et le musée de l'Automobile. Tous deux développent des animations attractives et renouvelées pour attirer un large public, avec pour cible privilégiée les familles avec enfants. A la gestion conservatoire s'est ajoutée, pour ces deux équipements, une gestion commerciale offensive.

## Des réflexions touristiques parfois confuses

La région mulhousienne s'inscrit dans divers territoires pour lesquels des réflexions touristiques sont engagées :

- s le département du Haut-Rhin
- s la région Alsace
- s la Régio TriRhena
- s le Rhin Supérieur
- s le réseau de villes Rhin Sud

Ainsi le Conseil Régional est-il en train de consulter les pays sur la manière dont ils envisagent leur développement touristique et celui de la région. Le Conseil Général du Haut-Rhin s'engage quant à lui sur :

-la valorisation de la montagne vosgienne. Cette orientation semble éloignée des préoccupations mulhousiennes. Pourtant, cette valorisation d'un site proche de Mulhouse peut être intéressante à optimiser.

-le développement d'itinéraires cyclables. Cette deuxième orientation concerne directement la région mulhousienne puisque l'une des actions à réaliser est d'aménager la traversée de Mulhouse pour le passage de la véloroute Nantes -Budapest. Elle fera de Mulhouse un carrefour entre deux grands itinéraires cyclables puisqu'il existe également un axe cyclable Nord-Sud.

Une étude récemment menée par BAK pour la Régio TriRhéna mentionne la nécessité pour ce territoire de travailler à une image qui lui est propre. Comment la région mulhousienne peut-elle travailler une image cohérente s'inscrivant à la fois dans une image Régio, une image Alsace, une image Haute-Alsace, une image Rhin Supérieur et Sud Alsace Nord Franche Comté ? Il y a a priori un gros risque de confusion de la part du touriste qui au final peut éprouver des difficultés à identifier la région mulhousienne.

### Les enjeux de développement touristique identifiés :

- ▮ **Capter les touristes en villégiature dans le sud de la France au moment de leur départ ou de leur retour. Le but est ici d'inciter les automobilistes empruntant l'autoroute à passer une nuit dans la région.**
- ▮ **Optimiser la présence des deux équipements touristiques majeurs en incitant les visiteurs à rester plus longtemps dans la région mulhousienne. Cela repose essentiellement sur des aménagements paysagers à même de motiver des déplacements et sur la mise en place de transports collectifs agréables. La première application serait par exemple l'aménagement des abords du musée de l'automobile, en lien avec l'arrivée du tramway, pour motiver les visiteurs à aller dans le centre ville de Mulhouse.**
- ▮ **Valoriser les atouts du secteur (géographie adaptée à une découverte de l'Alsace, de la Suisse et du Nord Franche-Comté et prix des chambres d'hôtels inférieurs à ceux pratiqués à Strasbourg et Colmar) pour favoriser le développement de séjours rayonnant à partir de Mulhouse. Disposer, par exemple, d'un office de tourisme de pays améliorerait la lisibilité des produits proposés tout en les associant à un territoire.**
- ▮ **Travailler avec les musées mulhousiens à la création de produits touristiques spécifiques au pôle mulhousien et à leur lien à la ville.**