

agence d'urbanisme de la région mulhousienne

# Produits immobiliers innovants à Mulhouse

ETUDE  
juin 12



## L'INNOVATION IMMOBILIERE A MULHOUSE

### Une étude adaptée aux évolutions des politiques publiques du territoire

Depuis 2010, la Ville de Mulhouse a mis en place un ambitieux programme de reconquête de son cœur de ville, "Mulhouse Grand centre". L'objectif de ce projet est de "renforcer l'attractivité du centre-ville sur le plan de l'habitat, du commerce, des espaces publics et du stationnement automobile."<sup>1</sup>

Sur la question de l'habitat, les objectifs sont clairs : il s'agit de "favoriser l'installation de ménages à revenus intermédiaires en construisant des logements moyen et haut de gamme et en revalorisant le bâti existant."<sup>2</sup>

Parallèlement à cette politique de reconquête du centre-ville, le Programme Local de l'Habitat (PLH) de m2A est approuvé depuis janvier 2012. De fait, le diagnostic du PLH a permis de mettre en oeuvre une analyse très fine et très précise du marché immobilier local.

### L'innovation, sillon central de l'étude

Les produits immobiliers innovants se caractérisent par leur originalité (architecture, destination originelle du bâtiment, type de logements proposé, localisation), leur fonctionnement ou encore leur "adaptation" aux caractéristiques du marché mulhousien.

Il s'agit de s'interroger sur deux types de produits, en lien avec Mulhouse Grand Centre :

- des produits innovants déjà sur le marché, pour comprendre pourquoi ils se sont "bien vendus", et analyser les raisons de leur succès, notamment en interrogeant les occupants des logements ;
- des produits innovants en cours de commercialisation, dans le périmètre de Mulhouse Grand Centre, pour évaluer les motivations des promoteurs mais aussi pour tenter de mettre à jour les conditions nécessaires selon eux pour la réussite d'un produit immobilier de centre-ville.

### Sommaire

<b>Les dynamiques démographiques et résidentielles à Mulhouse</b>	<b>p.3</b>
<b>Analyse des produits immobiliers innovants analysés</b>	<b>p.6</b>
<b>Quand les produits immobiliers innovants trouvent leur public</b>	<b>p.12</b>
<b>Les produits immobiliers innovants, avenir de Mulhouse ?</b>	<b>p.15</b>



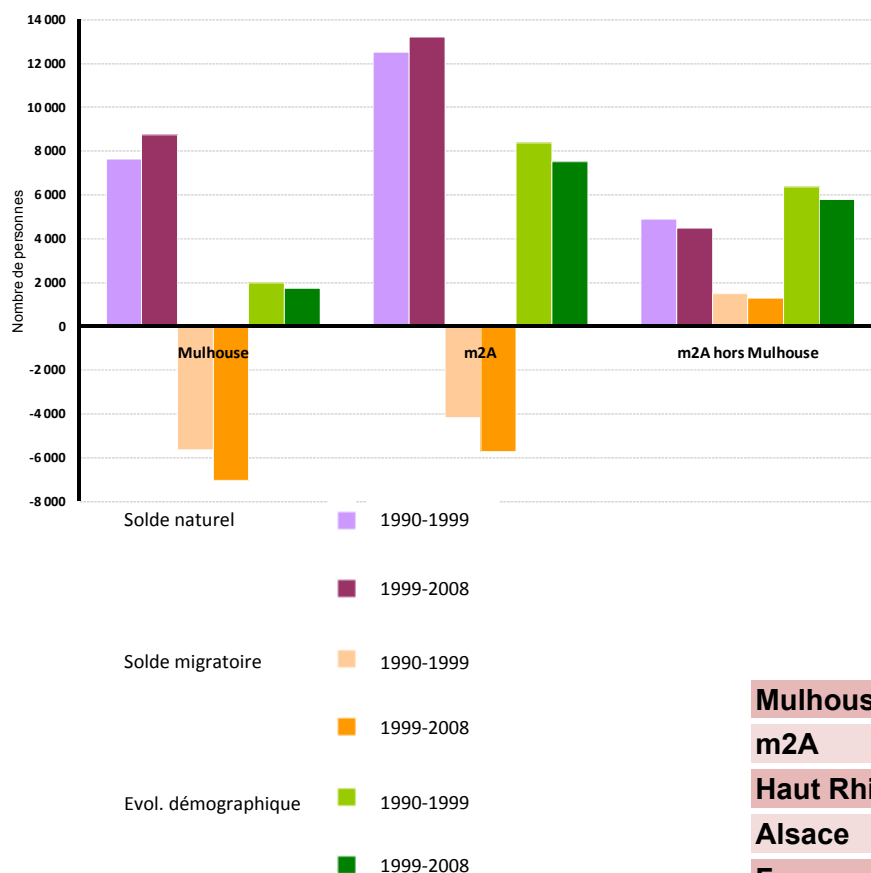
Vue aérienne de Mulhouse. Au premier plan le Campus de la Fonderie

<sup>1</sup> source : www.mulhouse.fr  
<sup>2</sup> id.

# les dynamiques démographiques et résidentielles à Mulhouse

## UNE CROISSANCE DEMOGRAPHIQUE PORTEE PAR LE SOLDE NATUREL

**Comparaison des soldes naturels et migratoires de Mulhouse, m2A et m2A hors Mulhouse (exprimé en nombre d'habitants)**



La ville de Mulhouse a connu entre 1990 et 2008 une croissance de 3% de sa population m2A a enregistré une progression plus forte, de l'ordre de 7%. L'Alsace affiche également une forte progression de sa population sur cette même période (+ 13%). Mulhouse connaît une croissance plus faible que m2A, le Haut-Rhin et l'Alsace. Quel que soit le territoire, les croissances démographiques sont plus faibles sur la période la plus récente (voir graphique ci-joint).

la plus jeune de France métropolitaine<sup>3</sup>. Elle affiche un taux de natalité élevé. A contrario, la ville affiche un déficit migratoire important depuis 1990. Ce dernier s'est d'ailleurs creusé entre 1999 et 2008. Mulhouse n'attire pas assez d'habitants venus de l'extérieur. Cette mécanique se retrouve à l'échelle de m2A, conséquence du poids démographique de Mulhouse dans l'agglomération.

En revanche, m2A hors Mulhouse affiche des soldes migratoire et naturel positifs. Les couronnes de l'agglomération accueillent environ 35% de la population quittant Mulhouse.

### Des moteurs de croissance différents suivant les territoires

A Mulhouse, la croissance est portée par le solde naturel. Mulhouse est la 2<sup>ème</sup> ville de plus de 100 000 habitants

<sup>3</sup> Tableau de l'économie française, édition 2011, INSEE chap.I-4, p.16-17.

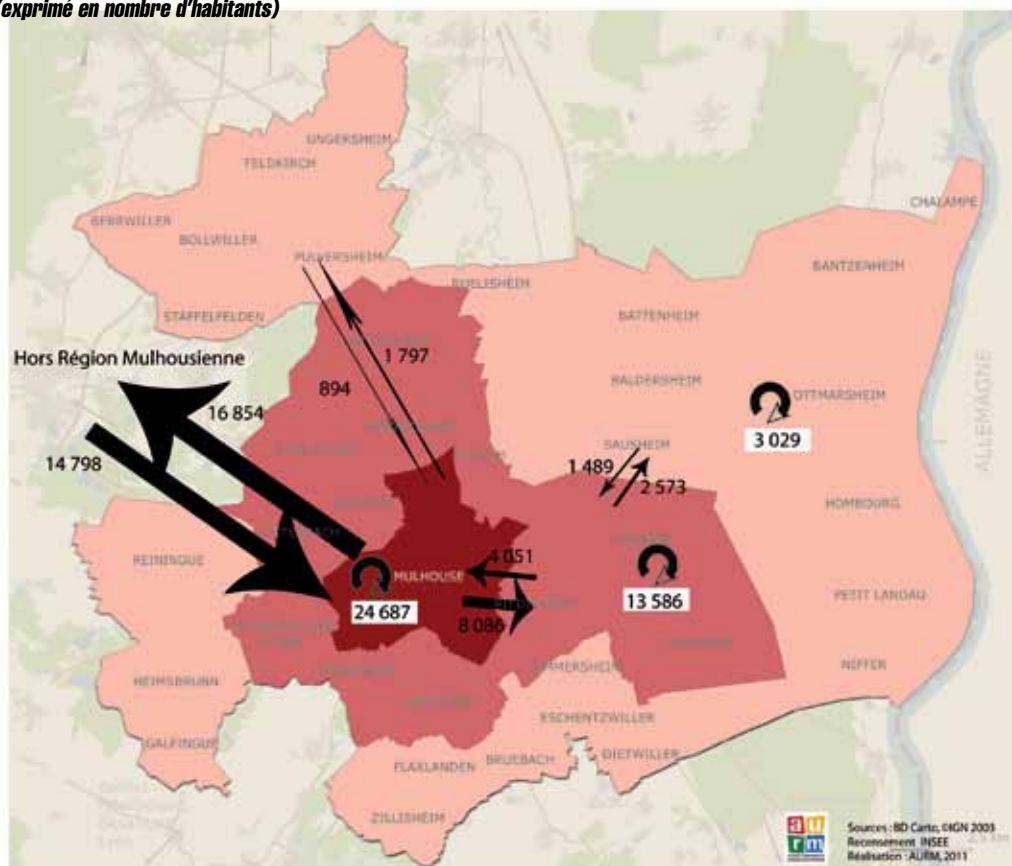
**Comparaison du nombre d'habitants entre les recensements de 1990, 1999 et 2008**

	1990	1999	2008	Evolution 1990-2008
<b>Mulhouse</b>	108 357	110 141	111 860	<b>3%</b>
<b>m2A</b>	235 764	243 838	251 339	<b>7%</b>
<b>Haut Rhin</b>	671 319	707 709	746 072	<b>11%</b>
<b>Alsace</b>	1 624 372	1 733 732	1 837 087	<b>13%</b>
<b>France</b>	58 040 659	60 151 239	63 961 859	<b>10%</b>

Source : RP INSEE 2008

## DES FLUX RESIDENTIELS DESEQUILIBRES

Comparaison des soldes naturels et migratoires de Mulhouse, m2A et m2A hors Mulhouse  
(exprimé en nombre d'habitants)



Mulhouse (ville centre)  
 1ère couronne  
 2ème couronne

Migrations résidentielles  
(entrées et sorties entre 2002 et 2007)  
 Nombre de migrations  
à l'intérieur du territoire  
(cabotage)

Les caractéristiques des flux de population entre 2002 et 2007 sont connues grâce au recensement de l'INSEE

Les mouvements de population se déclinent en trois grandes familles :

- les mouvements internes (cabotage), c'est à dire les personnes qui ont changé de domicile au sein de Mulhouse entre 2002 et 2007 ;
- les entrées : personnes qui ont emménagé à Mulhouse entre 2002 et 2007.
- les sorties : personnes qui ont quitté Mulhouse entre 2002 et 2007.

**Des mouvements internes importants à Mulhouse**

Près de 25 000 personnes déménagent et choisissent de rester vivre à Mulhouse.

Le nombre de sorties est plus important que le nombre d'entrées. Deux tiers des habitants ayant quitté Mulhouse entre 2002 et 2007 vivent hors de la Région Mulhousienne.

De même, les arrivées à Mulhouse sont majoritairement le fait de personnes ne venant pas de la Région Mulhousienne.

**Détail des mouvements à Mulhouse**  
(exprimé en nombre d'habitants)

Mouvements internes	24 687
Entrées	19 744
<i>Dont entrées depuis la Région Mulhousienne</i>	4 945
Sorties	26 738
<i>Dont sorties vers la Région Mulhousienne</i>	9 883

Source : RP INSEE 2008

### De jeunes entrants à Mulhouse

L'analyse par classe d'âge permet d'identifier 4 temps du mouvement :

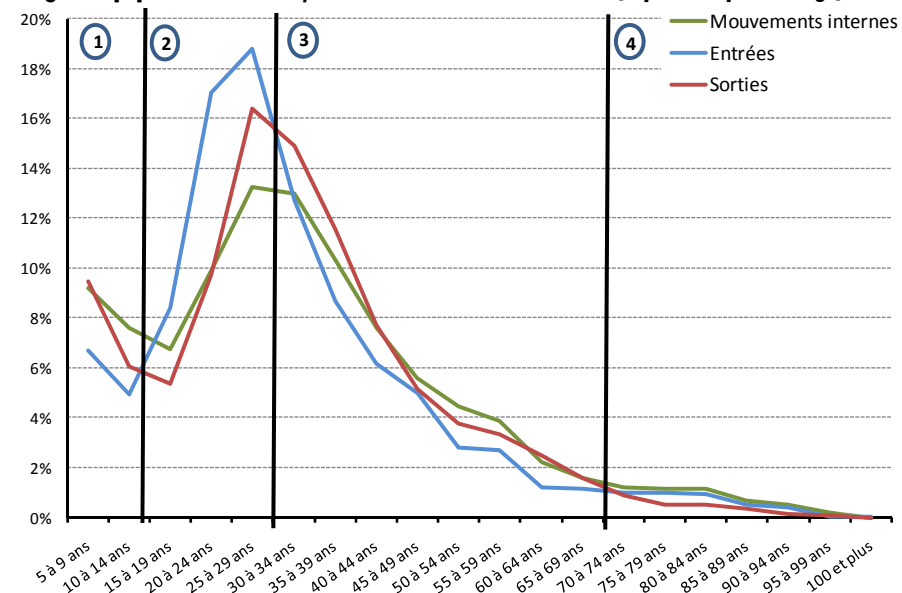
- ① La population de moins de 15 ans est plus nombreuse, à quitter Mulhouse. Il s'agit des enfants des familles qui quittent la ville-centre pour l'agglomération.
- ② La population jeune (15-29 ans) vient habiter la ville-centre.
- ③ La population entre 30 et 70 ans, qui correspond à peu près aux actifs, quitte la ville-centre.
- ④ Les personnes de plus de 70 ans, ont tendance à revenir habiter dans la ville-centre, entre autres pour des raisons de mobilité et de proximité des équipements.

### Les petits ménages plutôt attirés par Mulhouse

Les ménages de 3 à 5 personnes ont tendance à quitter la ville centre. Ce phénomène est connu quelle que soit l'agglomération. Les ménages, avec enfant(s), quittent la ville-centre pour l'agglomération, en accédant bien souvent à la propriété.

Les ménages de 1 et 2 personnes sont plus nombreux à s'installer dans la ville-centre, dans des appartements en location. Ce type de bien y est fortement présent. Les ménages de petite taille sont donc plus nombreux à s'installer à Mulhouse qu'à en partir. Ces ménages sont attirés par la ville et ses commodités.

L'âge des populations entrant, sortant ou restant à Mulhouse (exprimé en pourcentage)



Source : RP INSEE 2008

L'âge des populations entrant, sortant ou restant à Mulhouse

	Mouvements internes	Entrées	Sorties
14 ans et moins	4 139	2 291	4 155
15-29 ans	7 374	8 721	8 426
30-44 ans	7 625	5 430	9 132
45-59 ans	3 421	2 068	3 265
60-74 ans	1 227	658	1 319
75 ans et plus	901	575	441
<b>Total</b>	<b>24 687</b>	<b>19 744</b>	<b>26 738</b>

Source : RP INSEE 2008



# Les produits immobiliers innovants analysés



## Une analyse centrée sur cinq opérations innovantes

### Les lofts Manurhin

Il s'agit d'un ensemble d'une cinquantaine de lofts situés au Nord de Mulhouse, dans le quartier de Bourtzwiller. Les lofts ont été aménagés dans une ancienne usine.

*promoteur : Loft Company  
nombre de logements : 52  
livraison : 2007-2010*

### Les berges du Bassin

Cette opération se trouve à l'extrémité Nord-Est de la ZAC du Nouveau Bassin, à l'entrée Nord-Est de Mulhouse. Il s'agit d'un ensemble d'immeubles de facture classique et présentant une très bonne qualité de prestations.

*promoteur : l'Autre Promotion  
nombre de logements : 52  
livraison : 2007-2010*

### La Maison Engelmann

Cette opération est aussi en cours de commercialisation. Ce bel immeuble de l'hypercentre mulhousien doit bientôt accueillir des commerces au RDC et une quinzaine d'appartements

dans les étages supérieurs.

*promoteur : SERM  
nombre de logements : 12  
livraison : 3° trimestre 2012*

### Les Whitelofts

Cette opération est en cours de commercialisation. C'est un ancien garage qui doit être transformé en immeuble de lofts. C'est l'une des opérations logement emblématique de l'ambitieux programme " Mulhouse Grand Centre ".

*promoteur : Bartholdi  
nombre de logements : 32  
livraison : 4° trimestre 2012*

### La Salle des Coffres (immeuble Sogénal)

Ce magnifique immeuble d'angle, qui marque l'entrée de la rue du Sauvage, sera transformé en bureaux et en logements. La discothèque installée au rez-de-chaussée sera conservée.

*promoteur : Groupe Créquy  
nombre de logements : 10  
livraison : 3° trimestre 2013*

## LES LOFTS " MANURHIN "

### 52 lofts , de 60 à 300 m<sup>2</sup>

A l'origine, des armes étaient fabriquées dans ce bâtiment. En s'inspirant du concept de loft développé par l'architecte Pierre Bertheau en région parisienne dans les années 80, le changement d'usage de l'ancienne usine a été réalisée en deux tranches. La première tranche, correspondant au premier étage de l'usine, a regroupé une douzaine de personnes, dans un format s'apparentant à de l'autopromotion. La deuxième tranche a elle été réhabilitée de manière plus classique, par le biais d'une société de promotion immobilière créée pour l'occasion, LoftCompany.

### Les clés du succès

*" Au total, 52 lofts ont été créés (42 en propriété occupante et 10 destinés à la location). Les lots ont été livrés « brut », ce qui a laissé une grande liberté d'aménagement aux acquéreurs. L'hétérogénéité de la taille des lots a aussi permis une bonne mixité sociale, qui se vérifie encore aujourd'hui. Les lofts proposés à la location sont d'ailleurs très demandés.*

*En termes de prix, les grands lofts entrent en concurrence avec les maisons. C'est l'originalité du produit qui fait la différence. La question ne se pose pas pour les plus petits lofts.*

*De plus, les bâtiments industriels offrent en général des volumes généreux (hauteurs de plafond), qui permettent de créer des mezzanines.*

*Au final, les lofts produits ont un coût de sortie réduit compte tenu des surfaces potentielles à aménager<sup>1</sup> ”.*

<sup>1</sup> extraits de l'entretien avec M HURTH, co-gérant de LoftCompany

### Les atouts

- Originalité des produits immobiliers programmés.
- Liberté d'aménagement

### Les enjeux

- Dépollution ;
- Coûts de la rénovation ;
- Destination du sol dans le document d'urbanisme ;
- Proximité avec des activités existantes ;

Façade Est du bâtiment



Vue aérienne du site de l'usine Manurhin. Les lofts occupent le bâtiment de droite

Vue intérieure d'un loft





## LES BERGES DU BASSIN



Vue aérienne des Berges du Bassin

Un des immeubles des Berges du Bassin



### 120 logements dans six bâtiments le long du parc du Nouveau bassin

*“ La ZAC du Nouveau Bassin a pour ambition de créer un nouveau quartier à Mulhouse, en entrée de ville et à proximité de l'hypercentre historique. Elle se situe dans un cadre paysager ouvrant sur un bassin bordé d'une promenade piétonne arborée longue d'un km ”<sup>2</sup>.*

Les Berges du Bassin offrent un large choix de typologie, du T2 au T6. Les constructions répondent aux normes THPE, voire BBC pour les bâtiments les plus récents.

Les grands logements sont plutôt destinés à une clientèle de seniors qui vendent leur maison en milieu périurbain pour revenir en ville et se rapprocher des services et des équipements. Il s'agit d'une clientèle aisée qui recherche des produits de qualité, de beaux volumes, de grandes terrasses, etc, donc plutôt une clientèle de secundo-accession.

2 source : SERM 68

Intérieur d'un appartement



### Des produits adaptés au marché local... puis à la crise immobilière

Les propriétaires occupants représentent environ 70% de la clientèle sur le Nouveau Bassin.

*“ Nous avons produit des logements un peu plus grands que ce que nous avons l'habitude de faire en Franche-Comté.*

*De même, nous avons systématiquement opté pour du haut de gamme. Nous avons aussi fait cela dans l'optique de nous caler sur les besoins et les souhaits des seniors revenant vers la ville. Nous avons aussi augmenté notre niveau global de prestations, en faisant systématiquement du THPE ou de la BBC, en agrandissant nos terrasses. Nous avons cherché à nous adapter à une région plus riche, vue de Belfort.*

*Nous avons évolué depuis l'apparition de la crise en produisant des logements plus petits. Ceci dit, nos grands logements se vendent bien dans ce contexte de crise ”<sup>3</sup>.*

3 extraits de l'entretien avec Mme CEVIRGEN, gérante de l'Autre Promotion

#### Les atouts

- proximité immédiate du tram ;
- mixité fonctionnelle et mixité des typologies ;
- stationnement.

#### Les enjeux

- finalisation de la ZAC ;
- mixité sociale ;
- évolution du contexte économique.





## LA MAISON ENGELMANN

### Une opération mixte commerces/logements

La réhabilitation de la Maison Engelmann s'inscrit dans le cadre de Mulhouse Grand Centre. Le rez-de-chaussée sera occupé par une galerie commerciale dédiée au commerce de bouche moyen/haut de gamme. Les trois étages supérieurs seront eux occupés par 12 logements en accession à la propriété.

L'originalité de ces logements réside dans l'offre de finition : trois options sont offertes aux acquéreurs, " pop ", " zen " et " loft ". L'ensemble des appartements, allant du 3 au 5 pièces, disposeront d'une terrasse, voire d'un jardin suspendu surplombant la verrière de la galerie couverte.

L'espace commercial doit ouvrir à l'automne 2012. La commercialisation du programme de logements a elle commencé en avril 2012.

En parallèle, tous les espaces publics entourant l'immeuble font l'objet d'une réhabilitation et/ou d'un réaménagement.

Entrée de la galerie commerciale après travaux



### Une opportunité pour l'hypercentre de Mulhouse

*« Le choix du bâtiment a été dicté par l'opportunité d'installer des commerces dans une galerie présentant une caractère patrimonial fort. Le bâtiment en lui-même a aussi une architecture intéressante. De fait, le programme renouvelé correspond parfaitement à la philosophie du projet politique « Mulhouse Grand Centre ».*

*La clientèle visée semble être celle qui s'intéresse réellement au projet. C'est sans doute le signe d'un retour au centre-ville de personnes n'ayant plus besoin d'une maison en périphérie et qui cherchent à s'installer à proximité des services, des équipements et de l'offre culturelle. La Maison Engelmann peut être considérée comme une des opérations emblématiques de Mulhouse Grand Centre car elle offre à la fois des logements de standing mais abritera aussi une offre commerciale qui manque aujourd'hui au centre-ville de Mulhouse<sup>6</sup> ».*

4 extraits de l'entretien avec M ORMAN, chargé de commercialisation à la SERM

#### Les atouts

- situation géographique ;
- mixité fonctionnelle et mixité des typologies ;
- qualité et diversité des prestations des logements ;

#### Les enjeux

- stationnement.



Vue aérienne de la Maison Engelmann (dans la pastille)

Plan du premier étage après travaux



Document non contractuel / Architectes : Market Value - Frédéric Baquet - Justine Thibe

## LES WHITELOFTS



Vue aérienne des Whitelofts, au centre (toit gris)

### Un programme emblématique de Mulhouse Grand Centre

“ Cadre de vie agréable, prix accessibles, proximité des commerces et des équipements publics, bonne desserte des transports en commun..., Grand Centre entend tirer parti des points forts du centre-ville pour donner envie aux Mulhousiens et à de nouveaux venus d'y habiter <sup>4</sup>”.

Les concepteurs du programme Whitelofts se sont inspirés des lofts Manurhin pour penser la réhabilitation de l'ancien garage Sax. Par ailleurs, de nombreuses possibilités de personnalisation sont laissées aux acquéreurs des lofts.

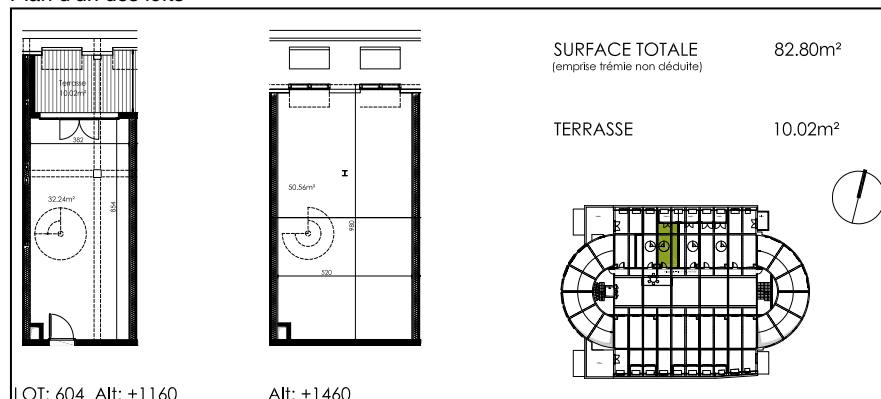
Au total, 32 lofts seront livrés d'ici la fin 2012.

<sup>4</sup> source : [www.mulhouse.fr](http://www.mulhouse.fr)

Façade principale du bâtiment avant travaux



Plan d'un des lofts



### Chronique d'un succès annoncé ?

“ Aujourd'hui, environ 50% des lots sont vendus, ou en passe de l'être.

Le succès de ce bâtiment peut être lié à une tendance observée depuis 2 ans à Mulhouse : la périphérie est toujours attractive, mais on sent un renversement de tendance avec une nouvelle attractivité pour Mulhouse, et notamment le centre-ville. Il faut souligner ici que c'est sans aucun doute le signe que la politique menée par la collectivité dans le cadre de Mulhouse Grand Centre va dans le bon sens. Les Whitelofts bénéficient de ce retour vers le centre-ville. On note d'ailleurs que d'autres opérations semblent bénéficier de cet effet : les Terrasses du Vox et le Carré Colmar <sup>6</sup>”.

<sup>6</sup> extraits de l'entretien avec M SCHLEGEL, responsable d'agence Bartholdi Immobilier à Mulhouse

#### Les atouts

- situation géographique ;
- stationnement ;
- terrasses pour l'ensemble des appartements ;

#### Les enjeux

- évolution du contexte économique.







## LA SALLE DES COFFRES

### Un immeuble exceptionnel, à la jonction de l'hypercentre et de l'avenue de Colmar

L'ancien siège de la Sogénal, va accueillir d'ici 2014 des bureaux et, dans les étages supérieurs, 10 logements de très haut standing. Il se situe à l'angle de la rue du Sauvage et du boulevard Kennedy, et dans la perspective de l'avenue de Colmar.

C'est un des immeubles les plus exceptionnels de Mulhouse de par son architecture et sa position stratégique,

Ce sont les lyonnais du groupe Créquy qui se sont portés acquéreurs de cet immeuble. Selon eux, " Mulhouse est l'une des villes françaises où [ils constatent] une forte évolution positive, notamment sur le plan de l'amélioration de la qualité de vie des habitants ". Ils ont prévu de réaliser 600 m<sup>2</sup> de bureaux et 1600 m<sup>2</sup> d'appartements. Les premiers contacts avec la clientèle montrent que le public intéressé par le produit est plutôt constitué de jeunes couples actifs cherchant une résidence principale. La qualité du produit proposé, son originalité ainsi que son emplacement en font un produit de niche.

7 In l'écho mulhousien, mars 2012

### Répondre à une demande de logements très haut de gamme à Mulhouse

" Il existe peu d'offres de très haut niveau de standing à Mulhouse, alors qu'il y a une demande pour ce genre de biens. Ici, les conditions sont remplies pour que ça marche : un bâtiment exceptionnel en coeur de ville, de grandes surfaces et hauteurs sous plafond, du stationnement souterrain, de grandes terrasses orientées plein Sud. Il faut répondre aux exigences d'un public qui revient vers la ville et qui demande un traitement énergétique et phonique irréprochable, d'autant plus qu'il y a la discothèque [au rez-de-chaussée].

Le retour en ville est inéluctable avec l'augmentation du prix des déplacements (prix de l'essence) mais aussi le risque de voir augmenter le coût du chauffage dans des pavillons anciens<sup>8</sup> .

8 extraits de l'entretien avec M TILLIER, président du Groupe Créquy

#### Les atouts

- situation géographique ;
- stationnement en sous-sol ;
- bâtiment exceptionnel ;

#### Les enjeux

- évolution du contexte économique ;
- cohabitation discothèque/logements



Vue aérienne de l'immeuble " Sogénal "



Plan d'un des futurs appartements en duplex



# Quand les produits immobiliers innovants trouvent leur public



**Cette avant-dernière partie de l'étude s'intéresse au regard que les habitants portent sur leur logement. Il s'agit de connaître les motivations de leur choix résidentiel, mais aussi de mesurer leur satisfaction par rapport au logement, à son environnement, etc.**

*Sur les cinq opérations analysées, seules deux sont occupées. De fait, l'analyse ne portera que sur les lofts Manurhin et sur les Berges du Bassin.*

## Les lofts Manurhin

Trois éléments doivent être soulignés dans cette opération : les lofts sont une nouvelle façon d'habiter, à tel point que le logement peut chez les propriétaires éclipser l'environnement et l'image du quartier. Enfin, une forme d'esprit pionnier anime certains habitants.

## Les Berges du Bassin

Ici, l'attractivité du programme et du quartier, tiennent à leur positionnement de " bout de ville dans un bout de campagne ", qui séduit les candidats au retour en ville. Toutefois, cette attractivité pourrait se heurter à des inconvénients structurels et conjoncturels susceptibles de générer une dévalorisation du quartier.

### Les lofts, une nouvelle façon d'habiter

Les habitants des lofts que nous avons pu rencontrer sont unanimes sur ce point. Tous mettent en avant l'originalité du logement dans lequel ils habitent. Le produit loft leur a permis de créer un habitat à leur image, en aménageant le volume acheté comme ils l'entendaient : mezzanines, espaces ouverts, estrades, cuisines centrales... Le loft, et particulièrement ici la livraison "brute", offre une grande liberté qui séduit des personnes à la recherche d'originalité, d'un produit atypique, qui n'est pas formaté.

En termes de prix, les chiffres fournis par les habitants montrent l'intérêt d'une telle démarche. Le coût global au m<sup>2</sup> (achat+aménagement) oscille entre 1000 euros et 1400 euros selon la tranche. Les propriétaires du premier étage, membres de la SCI d'attribution, ont payé leur logement moins cher que ceux du RDC, qui a été réalisé dans le cadre d'une promotion immobilière.

### Un esprit " pionnier "

Cet esprit se ressent dans l'approche du logement, dans une volonté d'habiter différemment.

Certains habitants des lofts évoquent aussi la fierté d'habiter dans une ancienne usine, de participer d'une manière originale à la revalorisation du patrimoine industriel de Mulhouse. Certains ont aussi parfois l'impression de participer à la " reconquête " des quartiers Nord de Mulhouse.

Cet esprit pionnier se manifeste enfin dans la bonne ambiance qui règne dans la copropriété, liée à la volonté initiale de ne pas trop marquer les limites de propriété (exemple des terrasses semi-privatives) mais aussi par l'histoire de la rénovation. Par exemple, les premiers habitants, ceux du premier étage, ont aidé ceux du RDC pour l'aménagement des lofts (idées, pièges à éviter, etc...). De manière générale, les habitants de lofts sentent que leurs logements changent d'image à Mulhouse, passant d'un statut de " produit de niche " à celui de référence.

### Le logement éclipse le reste

L'attractivité des lofts Manurhin est essentiellement liée à l'originalité et à la qualité des logements proposés. L'environnement, le quartier, sa réputation ont été pour certains propriétaires éclipsés par ces caractéristiques.

Ainsi, quelques personnes rencontrées parlent de Manurhin comme d'une " bulle " dans le quartier Bourzwiller. La localisation et l'orientation du bâtiment jouent sans doute un grand rôle ici. L'immeuble est tourné vers le centre-ville, et la proximité du Tram renforce ce lien. Enfin, il est proche de l'autoroute. Ces caractéristiques sont à mettre en perspective avec l'esprit pionnier auquel les propriétaires font référence, de manière plus ou moins consciente.



Entrée principale de la Manufacture 340



Les parties communes retranscrivent l'histoire industrielle du site

### Le Nouveau Bassin, la ville à la campagne ?

L'ensemble des propriétaires rencontrés souligne l'attrait du parc du Nouveau Bassin à proximité immédiate de leur immeuble. De même, la disposition des appartements, qui sont pratiquement tous traversants, et la générosité des terrasses sont appréciées par les habitants.

Les habitants rencontrés sont unanimes : ils ont " *le confort de la ville avec un peu de campagne* ", " *un environnement calme* ".

Parmi les éléments urbains participant à l'attractivité du Nouveau Bassin, le tramway est toujours cité. Il resserre la ville, et rapproche le quartier des services et commerces du centre-

ville, de la gare. Certains habitants déclarent même ne quasiment plus se servir de leur voiture.

### Le retour en ville, mais pas à n'importe quel prix !

Les propriétaires rencontrés mettent en avant le prix du bien, qui est plus intéressant que les opérations de promotion comparables à Colmar ou Strasbourg. C'est un avantage de Mulhouse, d'ailleurs souligné par les professionnels de l'immobilier<sup>9</sup>.

C'est aussi le reflet d'un autre phénomène, celui du retour à la ville-centre, qui ne touche plus uniquement les seniors. Dans ce contexte, le Nouveau Bassin jouit

<sup>9</sup> Voir l'article des DNA du 31 mars 2012

d'une attractivité forte, compte tenu de son positionnement qui marie " *une atmosphère campagnarde à un style de vie urbain* ".

### Les inconvénients d'un quartier en " construction "

Plusieurs défauts, les uns structurels, les autres conjoncturels, sont pointés par les propriétaires rencontrés.

Le plus important est sans doute le manque de vie de quartier, qui est lié à la quasi-absence d'aménités urbaines. Certains propriétaires regrettent que le bassin ne soit pas encore totalement aménagé (absence de liaison avec le terrain de jeux et les Bains du Rhin qui ferment le Nouveau Bassin, manque d'une " guinguette ", ...) ou bien encore qu'il n'y ait pas de commerces de proximité.

L'autre point négatif est le délai d'aménagement du quartier, qui n'est toujours pas terminé. Les propriétaires subissent parfois les désagréments des travaux (inconvenient conjoncturel) et pointent aussi l'évolution du projet urbain (défaut structurel). Pour certains, ces mutations s'apparentent à un possible déclin du quartier. Les propriétaires craignent une dévalorisation du quartier, et donc de leur bien. Pour autant, cette crainte n'est pas fondée, selon la SERM, qui a réalisé une enquête montrant que la grande majorité des habitants étaient très satisfaits de leur quartier. Mme Cevirgen, gérante de l'Autre Promotion souligne cependant que le fait que le quartier ne soit pas encore

totalement achevé représente parfois un handicap pour finaliser des ventes.

Point positif, la plupart de ces inconvénients devraient disparaître lorsque le quartier sera complètement achevé. La question de l'absence d'aménités urbaines fait écho aux critiques faites au " Nouveau Wagner ". Elle renvoie aussi au sujet de la mixité fonctionnelle d'un quartier à vocation résidentielle et tertiaire. Pour autant, Mme Cevirgen souligne aussi que, malgré la crise, ce sont les grands logements qui se vendent le mieux. Sa clientèle est majoritairement composée de propriétaires occupants. Ce sont des personnes âgées, souvent des femmes seules avec un niveau de vie relativement élevé. Pour ce public, le retour en ville est une réalité.



Nouveau Bassin, coeur d'îlot



# Les produits immobiliers innovants, avenir de Mulhouse ?

**Le 11 mai 2012, une réunion de restitution s'est tenue à l'AURM. Se sont retrouvés autour de la table les maîtres d'ouvrage de l'étude, les professionnels de l'immobilier rencontrés et des experts locaux. L'occasion pour tous de confronter les conclusions de l'étude au point de vue des professionnels, mais aussi d'échanger sur l'évolution récente et sur le devenir du marché de l'immobilier mulhousien.**

## **Un avenir lié aux évolutions du contexte législatif**

Plusieurs éléments ont émergé lors de la réunion. Parmi eux, l'évolution récente du contexte législatif (normes RT 2012, accessibilité aux PMR) a été le plus cité. La croissance des normes techniques risque de faire augmenter le prix des logements neufs, d'environ 15 points selon les experts présents. Cela représente à la fois une contrainte et un atout pour Mulhouse. Une contrainte car les prix vont augmenter alors que la clientèle locale est populaire, et un atout car l'avantage comparatif de Mulhouse face aux autres villes alsaciennes va sans doute croître.

## **L'incertitude des conditions d'emprunt pour les particuliers**

Selon les Echos<sup>10</sup>, les banques resserrent leurs conditions d'accès à l'emprunt pour plusieurs raisons :

“ - la fin du prêt à taux zéro (PTZ) dans l'ancien a particulièrement affecté les accédants à la propriété ;

- les banques appliquent leurs conditions d'octroi à la lettre, sans exceptions, et réduisent les durées d'emprunt, [l'objectif étant de] capter les emprunteurs les plus solvables ayant une capacité d'épargne. ”

Ce durcissement des conditions d'emprunt concerne surtout les jeunes actifs en primo-accession et les ménages modestes, deux publics bien présents sur le marché mulhousien.

## **Une politique urbaine qui va dans le bon sens**

L'ensemble des professionnels présents à la réunion reconnaissent que la stratégie déployée dans le cadre de Mulhouse Grand Centre est bonne et commence d'ailleurs à porter ses fruits. Au niveau commercial, le centre-ville semble plus dynamique. Sur le plan urbain, les réfections et réaménagements de voiries se

multiplient et les améliorations sont maintenant bien visibles. L'attractivité des programmes “ labellisés ” Mulhouse Grand Centre est aussi un indicateur intéressant de la réussite de cette politique urbaine.

## **La réhabilitation et la transformation d'usage, une opportunité exceptionnelle pour la ville**

Le marché de la réhabilitation, de la transformation d'usage représente un gisement très important à Mulhouse, et sans doute sous-exploité. A l'image des lofts Manurhin et des Whitelofts, Mulhouse compte de nombreux bâtiments industriels, anciens ateliers d'artisans, etc... pouvant être transformés en lofts ou en logements plus classiques. A ce titre, la profonde transformation à venir du site DMC peut être une vitrine pour Mulhouse.

Le renouvellement de l'attractivité résidentielle de la ville se joue sans doute en partie dans la capacité des professionnels, privés comme publics, à promouvoir l'originalité et l'innovation du projet mulhousien.



DMC

Etude éditée et imprimée par :

**L'Agence d'Urbanisme de la Région  
Mulhousienne**

33 Grand'Rue • 68100 MULHOUSE

Tél : 03 89 45 90 00 • Fax : 03 89 46 21 51

**Rédaction** : Sébastien DASSONVILLE

**Crédit Photos** : AURM, Marc BARRAL-  
BARON, l'Autre Promotion, Bartholdi  
Immobilier, LoftCompany, Groupe Créquy

Toute reproduction autorisée avec mention  
précise de la source et la référence exacte.