



Juin 2008

➔ ETATS GENERAUX DU COMMERCE :

Rappel des propositions de « MULHOUSE j'y crois. »

Dossier en ligne sur www.mulhousejycrois.com

« **MULHOUSE j'y crois.** » est une association dont le but est de faire émerger des idées concrètes, réalistes et constructives pour l'avenir de Mulhouse.

Dès sa création, l'association a abordé la thématique du « centre-ville », thématique jugée cruciale pour l'avenir de notre ville. En juin 2007, certaines propositions avaient été rendues publiques. Depuis, d'autres s'y sont ajoutées.

A l'occasion des Etats Généraux du Commerce, « MULHOUSE j'y crois. » tient simplement à rappeler ses principales propositions en la matière de façon à ce qu'elles soient intégrées à la réflexion et étudiées.

L'association propose des pistes concrètes sur toutes les thématiques abordées dans le cadre des Etats Généraux du Commerce :

1. L'offre et l'image du centre-ville

- ➔ Lancer la carte ATOUT CŒUR
- ➔ Agir pour rééquilibrer l'offre d'enseignes
- ➔ Multiplier les espaces de convivialité et de flânerie

2. L'accessibilité de la zone piétonne

- ➔ Construire 1, 2 ou 3 parkings en silo à des endroits stratégiques
- ➔ Développer les Parkings-Relais TRAMWAY
- ➔ Favoriser la continuité piétonne Rue du Sauvage - Porte Jeune
- ➔ Proposer un service de Vélos-taxis
- ➔ Mettre en place un microbus électrique

3. L'animation de la ville et la communication

- ➔ Multiplier les événements
- ➔ Assurer un certain niveau de qualité de l'animation
- ➔ Proposer un espace « Paus'shopping »
- ➔ Installer durablement des nocturnes thématiques
- ➔ Laisser accessibles tous les parkings le soir tard
- ➔ Amplifier le plan lumière
- ➔ Mieux communiquer/informer : le WELCOME CAFE

L'OFFRE ET L'IMAGE DU CENTRE-VILLE

A Recréer une relation d'échange et de confiance entre les commerçants et les clients : la carte ATOUT COEUR.

Le commerce du centre-ville de Mulhouse souffre indéniablement d'une mauvaise image. Est-ce justifié ou non ? Là n'est plus vraiment la question, ces préjugés sont trop répandus. Il est devenu aujourd'hui indispensable de recréer une relation positive entre les commerçants et les clients potentiels.

Le projet consisterait à installer un principe d'échange constructif entre les clients et les commerçants (boutiques mais aussi cafetiers, restaurateurs, services...) de façon à **recréer du lien, à réinstaller une relation de confiance voire de complicité** entre les commerçants et leurs clients.

➤ Impliquer le Mulhousien dans la vie de son centre-ville

• Création d'un concept interactif permanent client-commerçant.

L'idée est de faciliter l'expression du client sur ses commerces, de l'impliquer dans la vie de son centre-ville et ainsi de créer une relation constructive avec les commerçants, tout au long de l'année.

La carte « Atout Cœur » lui permettrait de s'exprimer **sur un ou plusieurs points positifs ou à améliorer**, par exemple :

- **L'accueil :** la qualité du bonjour, le sourire, la disponibilité,...
- **La relation client :** l'écoute, le conseil, le service, l'amabilité, la capacité à renseigner sur Mulhouse,...
- **L'intérieur :** le cadre, le décor, la présentation des articles, la propreté,...
- **L'extérieur :** l'apparence globale, la présentation en vitrine, la propreté,...

TRES IMPORTANT : une démarche positive et volontaire initiée par les commerçants.

Pour réussir, l'initiative doit venir des commerçants. C'est eux qui choisissent de se mettre à l'écoute de leurs clients. **L'action doit être perçue comme une réelle volonté de la part des commerçants d'être toujours plus en phase avec les attentes des clients.**

Exemple de réalisation possible :

Recto

♥ Carte Atout Cœur ♥

Pour que notre cœur de ville batte toujours plus fort!

Vous sortez d'un commerce...
Envie de souligner un point positif?
Ou de signaler un point à améliorer?
Les commerçants vous écoutent.
Ensemble, améliorons toujours notre centre-ville!

Vous pouvez donner votre opinion sur un commerçant, sur un ou plusieurs critères, ou globalement.

Enseigne

Nom : _____
Rue : _____

DONNEZ VOTRE AVIS, ENTOUREZ 😊 **OU** ☹️

L'accueil

La qualité du bonjour	😊 ☹️
Le sourire	😊 ☹️
La disponibilité	😊 ☹️
Autre, précisez _____	😊 ☹️

La relation client

L'écoute, le conseil	😊 ☹️
Le service, l'amabilité	😊 ☹️
La capacité à renseigner sur Mulhouse	😊 ☹️
Autre, précisez _____	😊 ☹️

Verso

L'intérieur

Le cadre, le décor	😊 ☹️
La présentation des articles	😊 ☹️
La propreté	😊 ☹️
Autre, précisez _____	😊 ☹️

L'extérieur

L'apparence globale extérieure	😊 ☹️
La présentation en vitrine	😊 ☹️
La propreté	😊 ☹️
Autre, précisez _____	😊 ☹️

Observations complémentaires

.....
.....
.....
.....
.....

Merci de nous faire parvenir votre carte soit :

- ☒ dans l'une des bornes prévues à cet effet et réparties à différents endroits du centre-ville
- ☒ par courrier à
Carte Atout Cœur
xx
- ☒ par internet sur www.tropheesdescommerçants.com

N'hésitez pas à donner votre avis tout au long de l'année sur vos commerces! Merci de participer ainsi à la vie de votre ville.

Rendez-vous le 12 septembre pour la fête des commerçants et la remise des Trophées 2008!

• Diffusion de la carte « Atout Cœur »

Pour être connue et comprise (il ne s'agit pas de critiquer les commerçants mais d'instaurer un échange positif entre les commerçants et les clients), ce projet devra faire l'objet d'un large plan de communication.

Pour assurer la réussite de l'opération, la carte « Atout Cœur » devra aussi être **largement diffusée et accessible dès que le client souhaite s'exprimer**. Nous préconisons de la mettre à disposition :

- chez les commerçants, les cafetiers, les restaurateurs,...
- sur le web : un site internet dédié avec carte à télécharger ou à remplir en ligne,
- à l'office de tourisme,
- à la mairie,
- à la CCI,
- à la gare,
- dans les cinémas,
- aux stations de tramway, dans les transports en commun,
- ...

Bref, dans un maximum de lieux pour lui donner une disponibilité maximale.

• Des bornes « Atout Cœur » à différents endroits de la ville

Une fois complétée, partiellement ou intégralement, **la carte doit être déposée dans une des bornes de collecte réparties à différents endroits de la ville** : rues, places, galeries commerciales, stations de tramway, gare, hôtel de ville, mairie, CCI,...

On peut imaginer que ces bornes soient aussi des distributeurs de cartes vierges.

En plus des bornes en ville, la carte pourra bien sûr être retournée par courrier mais aussi complétée et envoyée directement sur Internet.

➤ Une fête annuelle : les Trophées des commerçants !

- Avec la carte Atout Cœur, chaque année, une fête des commerçants serait organisée.

Elle pourrait avoir lieu par exemple en septembre :

- Samedi :

- fête des commerçants avec diverses animations dans le centre-ville
- soirée remise des « **Trophées des commerçants** » **Place de la Réunion** :

Sur la base des cartes « Atout Cœur » collectées et d'un jury de professionnels, différents trophées sont décernés pour récompenser les acteurs du commerce les plus « positifs » par rapport à la dynamique du centre ville, par exemple :

- Trophée du sourire,
- Trophée de la vitrine,
- Trophée de la disponibilité,
- Trophée du cadre/décor,
- Trophée de l'apparence extérieure,
- Trophée de l'écoute/conseil,
- Trophée du service,
- Trophée de la capacité à renseigner sur Mulhouse,
- ...

Ces trophées pourraient être d'or, d'argent et de bronze (ce qui permettrait de récompenser entre 30 et 40 commerçants chaque année).

Les trophées seraient remis aux commerçants vainqueurs pour être exposés chez eux pendant un an.

Les commerçants vainqueurs pourraient être intégrés au jury de l'année suivante, sans pouvoir être récompensés deux années consécutives (ce qui permet de mettre en avant un maximum de commerçants au fil des années).

- puis banquet et bal populaire

- Dimanche :

- Vide-Grenier des habitants et des commerçants du centre-ville (manifestation annuelle déjà mise en place depuis 2006 dans le cadre de la fête du quartier Centre historique).

B Agir (autant que possible) **pour rééquilibrer l'offre d'enseignes en centre-ville**

Le centre-ville de Mulhouse laisse apparaître des déséquilibres assez frappants en matière d'offre commerciale. Certains secteurs sont sur-représentés d'autres sont quasi absents.

En plus des surfaces vides présentes au centre-ville, certaines opportunités se présentent à très court terme pour tenter de rééquilibrer et d'étoffer l'offre du commerce mulhousien, par exemple la création du **nouveau Centre commercial Porte Jeune** (environ 60 nouvelles boutiques), le **transfert du Monoprix** de la rue du Sauvage vers la Porte Jeune,...

En ce qui concerne précisément le **transfert du Monoprix**, il paraît particulièrement important de mener une réflexion sur cette très grande surface laissée vacante au cœur de la rue principale du centre-ville de Mulhouse. Il s'agit d'un emplacement clairement stratégique pour l'avenir du centre-ville.

Même si les acteurs publics ont peu de prise sur la venue de telle ou telle enseigne, nous suggérons d'**engager une démarche auprès des enseignes nationales** qui pourraient venir compléter de façon pertinente l'offre du commerce mulhousien.

En effet, les franchises aujourd'hui font partie de tous les centres-villes dynamiques. Elles participent à créer une ambiance de cœur de ville attractif et, contrairement à ce que l'on entend parfois, au final, elles stimulent la vie commerciale et incitent aussi par conséquence les indépendants à créer leurs boutiques. C'est ainsi que l'équilibre entre franchises et magasins indépendants se fait progressivement.

Globalement, il nous semble essentiel :

- d'**élever le niveau moyen des commerces du centre-ville**, pour l'emmener plutôt vers le moyen-haut de gamme.

- d'**attirer des enseignes qui complèteraient de façon pertinente l'offre** du centre-ville

➞ Pour cela, nous recommandons vivement de **mener une démarche proactive** vers des enseignes qui pourraient judicieusement compléter l'offre du commerce de centre-ville et répondre le mieux possible aux besoins des Mulhousiens.

Sur le plan du commerce du centre-ville, aujourd'hui, aucune cellule n'existe, à aucun niveau, pour vendre Mulhouse à des acteurs nationaux ou à des investisseurs locaux. On se contente d'attendre que l'on s'intéresse à Mulhouse. Malheureusement, aujourd'hui Mulhouse n'est pas encore en position de force et ne peut se contenter d'attendre...

Quelques suggestions concrètes de prospection qui nous paraissent pertinentes en complément de l'offre actuelle :

➤ **exemples pour renforcer le secteur de la maison/décoration.** La présence de certaines de ces enseignes est un indicateur fort en terme d'image pour une ville :



➤ **exemples pour redonner à la ville des boutiques de marque moyen et haut de gamme en prêt-à-porter homme** (même si certaines de ces marques sont déjà distribuées par d'autres enseignes) :

MEXX



Façonnable

FATHER & SONS

➔ **exemples pour renforcer le secteur de l'enfant**, secteur très important pour attirer les mamans et les familles en centre-ville :



+ des espaces de jeux-loisirs/garderie dédié à l'enfant, type Okidok, Youpi Park,...

➔ **exemples pour renforcer et diversifier le secteur de la restauration**, secteur très important pour l'animation d'un centre-ville :



C Multiplier les espaces de convivialité et de flânerie

Cette proposition s'inscrit complètement dans le diagnostic du futur PLU qui note que le « plateau piétonnier ne forme pas un cheminement cohérent à l'échelle de l'hyper centre (...) et d'autre part (...) une certaine faiblesse dans la lisibilité du centre historique en tant qu'espace de promenade ».

Il est préconisé de « réfléchir à une extension du plateau piétonnier...de mettre en valeur l'environnement naturel et urbain (...) de développer la place du végétal et de l'eau ».

Elle répond aussi à une attente forte des Mulhousiens en matière de valorisation de leur cadre de vie soulignée dans le diagnostic du PLU.

ETENDRE LE PLATEAU PIETONNIER : créer la place des Cordiers, valoriser le passage de l'Hôtel de Ville ainsi que la partie haute de la rue du Sauvage

Le projet consisterait par exemple à changer l'affectation de l'actuelle rue des Cordiers (actuellement un parking) pour créer une nouvelle place offrant des aménités comme la proximité d'un environnement architectural remarquable ou l'aménagement en son centre d'une rivière urbaine.

➔ UN PROJET DE DEVELOPPEMENT DURABLE

- **Environnement / cadre de vie** : le choix de supprimer un parking situé dans l'hyper-centre ville et sa transformation en place permettra d'offrir une « atmosphère » plus conviviale à ce lieu qui ne sert pour le moment qu'au stockage des voitures (ce projet renforce de toute façon par conséquence la nécessité de lancer à court terme le projet d'un parking silo à proximité du cœur de ville).

L'aménagement d'une rivière urbaine (artificielle mais dont le tracé serait naturellement légitime, l'eau coule réellement à cet endroit) sur cette place renforcera l'attractivité du lieu ; la mise en lumière du lieu en renforcera la sécurité et soulignera la qualité architecturale des bâtiments alentours.

- **Société** : la création d'une nouvelle place offrira aux habitants de l'agglomération ainsi qu'aux touristes un nouveau lieu de convivialité. L'aménagement d'une rivière urbaine sera le point fort du projet qui renforcera, notamment chez les riverains, le sentiment d'habiter « **une ville plus humaine et plus douce** ». Le pavage de la place (différent de celui de la Place de la Réunion !), du mail piéton rue du Sauvage du Passage de l'Hôtel de ville, du Passage du Théâtre et de la rue Guillaume Tell permettrait de donner une lisibilité au centre historique en tant qu'espace de promenade.

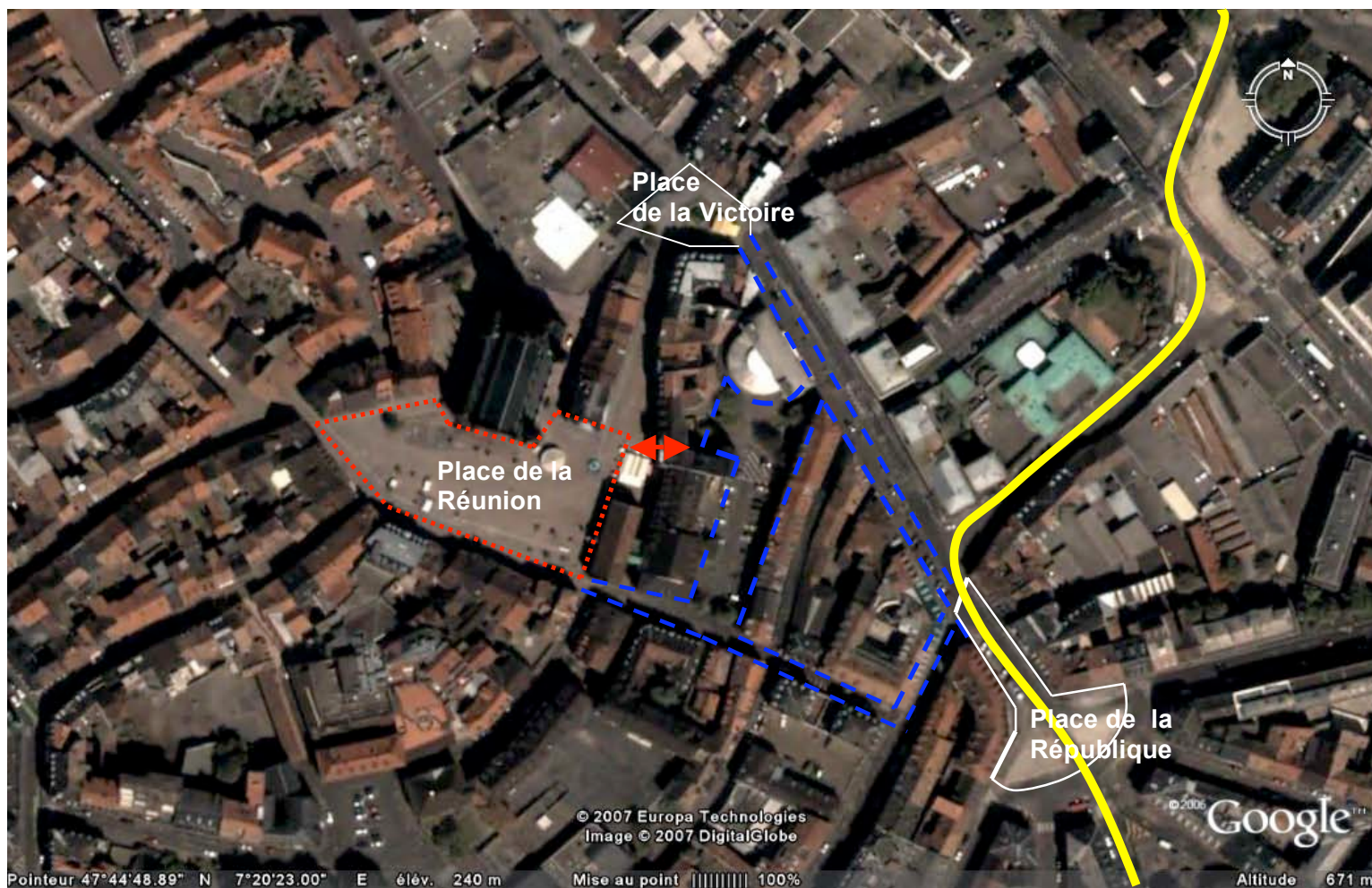
- **Économie** : la création d'une nouvelle place au centre ville ainsi que la valorisation du mail - rue du Sauvage - participera à la redynamisation commerciale de l'hyper-centre qui est un objectif prioritaire : cela permettra de renforcer les cafés-restaurants situés autour (en permettant la création de nouvelles terrasses) et d'y attirer de nouveaux commerces et services sensibles à une urbanité de qualité. Cet aménagement apportera un plus indéniable en terme d'image touristique pour la ville.

➔ **SECTEURS D'INTERVENTION** (Cf : croquis de présentation)

- **Secteur rue des Cordiers** : transformer le parking en place publique pavée ; aménager une rivière urbaine ; renforcer le mail végétal.
- **Secteur rue du Sauvage** : aménager un « mail piéton pavé » entre la rue du Sauvage, la Place de la République et la Place Victoire afin de valoriser l'axe Gare - Centre Ville.
- **Secteur du Passage de l'Hôtel de Ville** : aménager ce passage en espace entièrement dédié aux piétons (en dehors des livraisons des commerces)
- **Secteur rue Guillaume Tell** : piétonisation jusqu'à la place Guillaume Tell vers le parc Steinbach.
- **Secteur Passage du Théâtre (partie non couverte)** : piétonisation jusqu'au parc Steinbach.

Voir schémas et simulation ci-après.

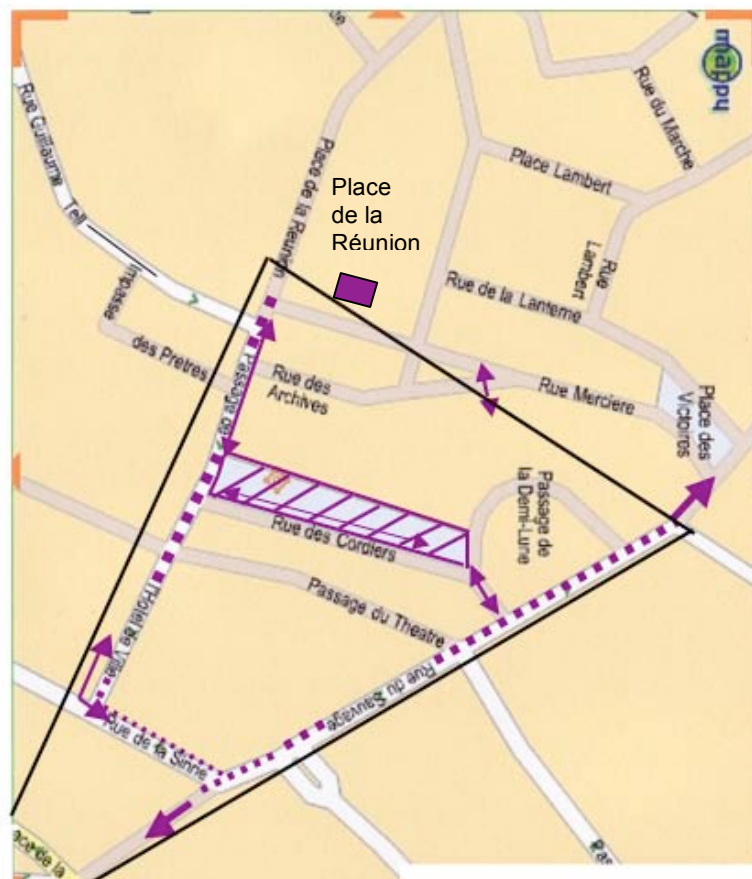
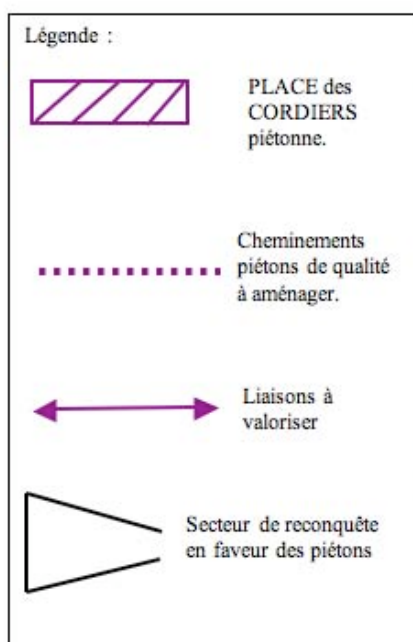
➡ UN COEUR DE VILLE A VOCATION PIETONNE



Place Réunion

**Extension de la zone piétonne :
mail rue du Sauvage ; création
d'une place des Cordiers**

Tramway





L'ACCESSIBILITE DE LA ZONE PIETONNE

A NE PAS OPPOSER TRANSPORTS DOUX ET AUTOMOBILE

➡ Parking en silo

*Question ouverte : **Ne faut-il pas réfléchir à la construction d'un (au moins) nouveau parking en silo de très grande capacité et d'une haute qualité architecturale et environnementale à proximité du centre-ville, à l'instar de ceux réalisés par notre voisine Fribourg dans le quartier Vauban ?***

*Tout en étant très attachés au tramway et des plus convaincus de son intérêt pour Mulhouse, nous estimons qu'il ne faut pas lui opposer l'automobile. Le nouveau plan de circulation a rendu difficilement accessible certains parkings de la ville. Ce ou ces nouveaux parking en silo pourrai(en)t se situer par exemple en haut de la **rue des Trois Rois** (ce qui participerait aussi à réintégrer psychologiquement cette rue dans le centre-ville) et/ou sur le **parking Buffon actuel** (ce qui renforcerait la rue de l'Arsenal comme vraie entrée du centre commerçant) et/ou **rue de la Somme** (en face de la Banque de France).*

➡ Développer les Parkings-Relais TRAMWAY (nombre et capacité)

B Favoriser le déplacement des piétons vers la Porte Jeune

➡ Centre commercial Porte Jeune

*Question ouverte : Le centre-ville de Mulhouse va s'agrandir vers la Porte-Jeune, ce qui va induire un prolongement naturel de la rue du Sauvage vers l'avenue de Colmar. Nous sommes totalement partisans de cette évolution. Dans cette optique, **ne faudrait-il pas supprimer complètement la voie de circulation automobile à cet endroit en faisant passer les voitures sous la rue du Sauvage sur une certaine distance pour créer visuellement une vraie continuité du centre-ville (et assurer une plus grande sécurité pour les piétons) ?***

C Proposer, en première couronne du cœur de ville,
un service de Vélos-taxis



... pour compenser les faiblesses du réseau de transports en commun sur certains secteurs de la ville aujourd'hui

... et offrir la possibilité d'accéder directement au cœur de la zone piétonne.

D Mettre en place **un microbus** électrique



... pour compenser les faiblesses du réseau de transports en commun sur certains secteurs de la ville aujourd'hui

... et offrir la possibilité d'accéder directement au cœur de la zone piétonne.

L'ANIMATION DE LA VILLE ET LA COMMUNICATION

A Créer de la vie en permanence

➤ **Multiplier les événements** (même petits), **le dimanche aussi** : place aux artistes, fête du printemps, marché aux fleurs, marché bio, marché aux chiens...

➤ **Assurer un certain niveau de qualité** dans l'animation pour se différencier des centres commerciaux

➤ **Proposer un espace « Paus'hopping »** pour y déposer temporairement ses achats encombrants

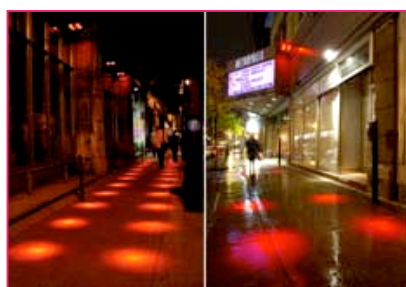
➤ **Installer durablement des nocturnes avec des animations thématiques**, par exemple : disco, jazzy, italienne, l'automobile, 60's, les sports... (avec des offres dans les commerces, des cocktails spéciaux dans les cafés, des menus thématiques dans les restaurants..)

➤ **Laisser accessibles tous les parkings souterrains tard le soir ou toute la nuit** (dans certains parkings du coeur de ville, il est impossible de récupérer sa voiture après 20h !)

➤ Amplifier le Plan lumière :

- habiller de lumière **les bâtiments remarquables**
mais aussi les **grands axes** (en basse consommation)

- inciter les commerçants à laisser leurs vitrines allumées jusqu'à 23h (aides financières pour équipement en basse consommation ?)



B Mieux communiquer et informer sur la vie de la ville

Un lieu pour les Mulhousiens et les touristes : le Welcome Café

“Il ne se passe rien à Mulhouse, il n’y a rien à faire...”, combien de fois avons-nous déjà entendu cela ? Est-ce justifié ? Objectivement non : théâtres (Sinne, Poche-Ruelle, Créa...), cafés-théâtre, cinémas (Kinopolis, Bel air, bientôt Palace), La Filature Scène nationale, Parc Expo, Noumatrouff, concerts dans les cafés, expositions, conférences culturelles, musées, parc zoologique et botanique, Bioscope, Ecomusée, bowling, karting, mini-golf,... l’offre est relativement importante (ce qui ne veut pas dire que l’on ne peut pas faire encore mieux).

La premier frein à l’animation de la ville nous paraît être **le manque de communication, la pauvreté de l’information**. Seuls les fidèles et assidus d’un quotidien ou du Journal des Spectacles ont une chance d’être au courant des différentes manifestations et sorties possibles.

Et ne parlons pas du touriste qui arrive à Mulhouse, et dont la première difficulté va être de trouver l’office de tourisme !

➡ « MULHOUSE j’y crois. » propose **un nouveau concept de communication** à destination des Mulhousiens et des visiteurs : **le Welcome Café**.

➔ Créer un espace convivial d'information **pour le Mulhousien et le touriste** :



Mix' entre office de tourisme et café branché,

l'esprit du lieu se veut très contemporain en intégrant **modernité, technologie et convivialité** :

- **grands écrans plasma** diffusant des clips publicitaires : informations touristiques, manifestations, animations,...
- mobilier original et coloré
- espace de connexion au web,...

Le Welcome Café est un lieu très convivial où l'on vient pour :

- **s'informer** sur la vie culturelle et les loisirs
- **prendre ses billets** (cinémas, théâtre, concerts, La Filature,...)
- **simplement boire un verre entre amis**, tout en étant inconsciemment réceptif aux différents clips-vidéo diffusés sur les écrans plasma

Le Welcome Café devrait devenir **le lieu de référence de la vie de la ville**, une manière d'éveiller le désir de sortir, de visiter,... Cet espace est pensé à la fois pour l'habitant de la région mulhousienne et le touriste qui cherche à s'informer.

Le Welcome Café permettra de **souligner la diversité de l'offre culturelle et de loisirs, de promouvoir le tourisme local, de mettre en avant les atouts de la ville** et d'inciter tous ceux qui le souhaitent à animer encore davantage Mulhouse.

Le Welcome Café devient un espace de communication, d'information, d'échanges et de rencontres de tous les acteurs de la vie de la ville sur le plan culturel et des loisirs.

Ci-après 3 vue-maquettes pour illustrer concrètement ce à quoi pourrait ressembler ce nouveau concept entre office de tourisme et Café-lounge.





Vitrine de la vie culturelle et des loisirs proposés par Mulhouse et sa région, ce concept propose un nouveau format de communication vers les habitants de la région et les visiteurs en séjour dans la région.

Ce nouveau lieu devra trouver sa place **au cœur de la ville, dans un secteur de fort passage.**

Peuvent être envisagées comme sources de financement de ce projet :

- Des participations financières de la Ville, l'agglomération, la CCI, l'office de tourisme,...
- La vente des espaces publicitaires aux différents acteurs du tourisme et des loisirs de la région sous forme de clips vidéo
- La consommation des clients (boissons, petite restauration,...)