



## Inauguration de l'Office du Commerce et de l'Artisanat

➔ Vendredi 19 juillet à 19h

# SOMMAIRE

<b>Pour qui ?</b>	<b>p. 4</b>
<b>Pourquoi ?</b>	<b>p. 4</b>
<b>Comment?</b>	<b>p. 4</b>
<b>Une nouvelle adresse</b>	<b>p. 5</b>
<b>Quand ?</b>	<b>p. 6</b>
<b>Budget</b>	<b>p. 6</b>
<b>L'artisanat et le commerce à Mulhouse</b>	<b>p. 7</b>

**Le projet de créer un Office du Commerce et de l'Artisanat à Mulhouse est né lors des États Généraux du Commerce en 2008, largement soutenu et défendu par l'ensemble des acteurs du commerce et de l'artisanat mulhousien.**

**L'élément structurant principal est la présence dans une unité de lieu, de tous les acteurs, y compris ceux des chambres consulaires concernés par le commerce et l'artisanat.**

**L'Office du Commerce et de l'Artisanat accompagne, structure et stimule l'activité commerçante de la ville, en agissant concrètement au quotidien ou en se projetant dans l'avenir. Il accroît l'image et la notoriété du commerce, de l'artisanat et des services mulhousiens.**



## Pour qui ?

---

- Les commerçants et artisans,
- les investisseurs et porteurs de projet (enseignes ou indépendants),
- les clients (achat des chèques-cadeaux Vitrites de Mulhouse).

## Pourquoi ?

---

- Valoriser, faire vivre et développer l'offre du centre-ville de Mulhouse en fédérant les acteurs du commerce et de l'artisanat,
- communiquer sur la richesse du commerce et de l'artisanat du centre-ville de Mulhouse et porter son ambition jusqu'aux villes frontalières voisines,
- contribuer à créer du trafic pour permettre aux commerçants et artisans d'augmenter leur chiffres d'affaires,
- développer de nouveaux services pour les clients, les commerçants et les artisans,
- prospecter et accompagner les porteurs de projets (enseignes nationales ou indépendants) pour toujours enrichir l'offre du centre-ville.

## Comment ?

---

- Rassembler tous les acteurs du commerce et de l'artisanat sur un même site : Manager du Commerce, Vitrites de Mulhouse, Chambre de Commerce et d'Industrie Alsace Eurométropole, Chambre de Métiers d'Alsace, Fédération des Commerçants,
- offrir un lieu central et facile d'accès pour les commerçants et les artisans :
  - entrer en contact facilement avec les acteurs du commerce et de l'artisanat,
  - mettre à disposition des kits de communication pour les animations,
  - se retrouver entre commerçants et artisans pour échanger,
- offrir un lieu central et facile d'accès pour les clients du centre-ville, notamment pour acheter les chèques-cadeaux ou venir se renseigner sur l'offre du centre-ville, les animations, les nouveautés...
- recevoir dans un lieu valorisant au cœur du centre-ville les porteurs de projets indépendants et les enseignes nationales pour toujours enrichir l'offre du centre-ville.





## Une nouvelle adresse

Les locaux, propriété de la Ville, situés à l'étage du n°1 rue du **Marché**, répondaient à ces attentes.

### L'Office du Commerce et de l'Artisanat accueille :

- Rez-de-chaussée : la boutique éphémère « Pop-up store ».
- 1<sup>er</sup> étage : les Vitrines de Mulhouse, le Manager du Commerce de la Ville de Mulhouse, la Chambre de Commerce et de l'Industrie (CCI) et la Chambre de Métiers d'Alsace (CMA) sous la forme d'un bureau partagé.
- 2<sup>e</sup> étage : service Attractivité commerciale de la Ville de Mulhouse.



*La boutique éphémère «Pop-up Store»*



*Accueil des Vitrines de Mulhouse*

### La salle Josiane RALLET

La salle de réunion de l'Office porte le nom « Josiane RALLET », en hommage à la première femme élue au Comité Directeur de la Chambre de Métiers d'Alsace.



## Quand ?

---

Les travaux ont démarré en juillet 2017, et les premières installations des occupants se sont faites en octobre 2018.

## Budget

---

Budget de l'opération : 1 000 000 € TTC.

Le financement a été assuré par la Ville, la Chambre de Commerce et d'Industrie et la Chambre des Métiers d'Alsace.



*Accueil du service Attractivité commerciale*



*Le bureau du Manager du Commerce*



## L'artisanat et le commerce à Mulhouse

Malgré une conjoncture des plus tendues depuis plusieurs années et les difficultés actuelles des centres-villes en France, le centre-ville de Mulhouse connaît une évolution positive, totalement à contre-courant des tendances nationales, avec une différenciation et une montée en gamme de l'offre :

- **487 ouvertures depuis janvier 2011** (dont Hema, Flying Tiger, Muy Mucho, Repetto, Liu Jo, Mango, One Step, Karl Marc John, Lacoste, Calzedonia, Intimissimi, JD Sports, Pandora, Swarovski, iOU, Kiko, La Bovida, Starbucks, Au Bureau, Biocoop...),
- un rythme de presque **2 ouvertures pour 1 fermeture**



## ILS RELANÇENT LE COMMERCE LOCAL

Alors que nombre de centres-villes agonisent, des agglomérations se mobilisent pour lutter contre la désertification. Saisissant la balle au bond, des commerçants chevronnés ou des novices font le pari d'ouvrir une boutique.

Par Yves Deloison

L'Express Réussir -01/11/2018

## Commerce: le palmarès des villes les plus dynamiques

Centre-ville à avoir le plus d'ouvertures et de fermetures, Mulhouse 3<sup>ème</sup> plus belle évolution en France ces dernières années selon le palmarès des enseignes PROCOS (260 enseignes nationales).

Les Echos

PROCOS

Les coups de cœur des enseignes PROCOS

À NOTER  
Interrogés, les adhérents de Prococo ont, à l'unanimité, élu Mulhouse.



Les Echos 24/01/2017

P.6

Comment agir

## Attirer les commerces en centre-ville (suite)

Les communes peuvent utiliser les leviers de l'urbanisme et de l'aménagement pour créer une offre commerciale complémentaire et pérenne face aux grandes surfaces.

La lettre du Maire -07/03/2017

Et même si les ouvertures d'enseignes nationales restent importantes pour l'attractivité globale d'un centre-ville aujourd'hui, à **Mulhouse 75% des ouvertures sont portées par des indépendants**. Les boutiques multi-marques contribuent indéniablement à la richesse de l'offre du centre-ville de Mulhouse et à son identité, et c'est une vraie marque de confiance de la part des commerçants et artisans locaux et des investisseurs dans l'évolution de la ville.





## Mulhouse citée en exemple dans un rapport du ministère sur la Revitalisation des centres-villes (octobre 2016)

Dans un rapport de 500 pages rendu public en octobre dernier, Martine Pinville, secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie et des Finances, chargée du commerce s'inquiète de la vacance commerciale qui s'aggrave et qui touche les centres des villes moyennes en France. Ce rapport décrit un phénomène qualifié de «préoccupant». On peut lire que «les facteurs de redressement ne sont pas toujours réunis mais leur mise en oeuvre n'est pas impossible comme le montrent les exemples réussis à Montrouge, Mulhouse ou Saint-Nazaire qui ont su développer une stratégie globale de requalification de leur centre-ville favorable à une nouvelle dynamique commerciale.»

Evoquant « l'exemple de Mulhouse », le rapport ajoute que « la commune a construit une stratégie globale de revitalisation reposant sur le développement du tramway, des actions de renouvellement urbain, la création d'une SEM devenant SPL travaillant sur la mobilité, le stationnement, les espaces publics et la structuration de l'appareil commerciale ».

Le rapport insiste sur la mise en place d'une stratégie consistant à différencier l'offre du centre-ville par rapport à la périphérie en assumant une montée en gamme pour attirer la clientèle dotée d'un bon pouvoir d'achat. Il pointe aussi la création du poste de manager du commerce.

### The Guardian

#### From bleak to bustling: how one French town beat the high street blues

Mulhouse has turned around its image and now boasts more shops opening than closing, thanks to smart planning, investment and community efforts



Mulhouse has been transformed over the last decade, with a new tram system and improved public spaces. Photograph: Stefan Pangritz/The Guardian

The Guardian - 20 Mai 2019

### Commerce: une lueur d'espoir venue d'Alsace



Photo Julio PELAEZ

Le Républicain Lorrain - 14/02/2018

### MULHOUSE, L'ENGAGEMENT DANS LA DURÉE

En 2011, le centre-ville de Mulhouse était en souffrance. Après le lourd chantier des deux lignes de tramway inaugurées en 2006 – qui a pesé sur l'attractivité du centre-ville au profit de la périphérie – et la crise de 2008, la ville comptait 110 friches commerciales dans son hypercentre. Sa proximité géographique avec l'Allemagne et la Suisse ne suffisait plus à redresser la barre commerciale. En nommant **Frédéric Marquet** manager de centre-ville, la mairie a pris le sujet à bras-le-corps et mis en place le programme Mulhouse Grand Centre, un engagement de six ans doté de 36 M€ sur un périmètre élargi du centre-ville. Ce plan reposait sur quatre axes : une montée en gamme de l'habitat, un embellissement des espaces publics, l'accent mis sur les déplacements et la mobilité, notamment via une détarification des parkings et le déploiement de navettes électriques, et enfin la redynamisation du commerce. « Nous avons mené six années de travail acharné sur le centre-ville afin de lui apporter une vraie lisibilité et de redéfinir une stratégie globale d'attractivité », raconte le manager. « Entre les acteurs immobiliers, les banques, l'administration et les commerçants, il n'a pas toujours été simple de faire adhérer tout le monde à cette stratégie », concède-t-il. Il y est toutefois parvenu : Mulhouse a enregistré 476 ouvertures ces huit dernières années au rythme de deux ouvertures pour une fermeture et vu sa vacance chuter de 44 % en passant de 110 à 59 friches. Si 75 % de l'offre de centre-ville appartient à des indépendants multimarque, les enseignes nationales (Claudie Pierlot, Rituals, The Kooples) et premium (Repetto, Mauboussin) ont aussi trouvé leur place. ■

Bussiness Immo - Juin 2019

