

Projets Pour redynamiser le centre

L'association Mulhouse j'y crois a présenté des projets pour donner un coup de pouce au centre-ville : créer une carte Atout cœur et un espace d'information pour les Mulhousiens et les touristes, renforcer l'offre en matière d'enseignes.

Page 26

Centre-ville Des projets pour faire avancer Mulhouse

L'association Mulhouse j'y crois a présenté hier une série de projets pour redynamiser le centre-ville. Trois projets audacieux, qui ont le mérite de poser les bonnes questions.

Créée début 2006, l'association Mulhouse j'y crois entend poursuivre son action « de réflexion constructive avec tous ceux qui croient en la ville, au-delà des partis politiques ». Pendant plusieurs mois, un groupe de travail s'est penché sur la redynamisation du centre-ville et a établi plusieurs projets, destinés à être proposés aux acteurs économiques et politiques locaux.

« Il s'agit de projets fouillés, établis avec l'aide d'experts et pas de simples propositions en l'air », indiquent Frédéric Marquet et Christophe Muller, les coprésidents de l'association. « On serait très heureux de voir nos idées reprises par les acteurs locaux. C'est le sens de notre action. Nos propositions précédentes (comme la création de la place des Cordiers) ont été intégrées au PLU et nous en sommes ravis. »

Premier point abordé hier, la création d'une carte Atout Cœur pour « recréer un lien et un climat de confiance entre les commerçants et les clients ». Concrètement, il s'agit d'une opération permanente, avec la mise à dis-



Projet d'aménagement du futur Welcome café, un espace d'information sur la culture et les loisirs. dr

position dans tous les commerces et dans les lieux publics, d'une carte permettant aux clients d'indiquer les points positifs ou à améliorer dans les commerces du centre-ville. « Il ne s'agit pas de noter les commerçants, mais de créer une relation constructive avec les clients. Des trophées pourraient être remis aux meilleurs commerces lors d'une éventuelle fête des commerçants. »

Offre commerciale insuffisante

Deuxième secteur abordé, les enseignes du centre-ville. « Avec

l'arrivée du centre commercial Porte Jeune et le transfert du Monoprix, une réflexion sur l'espace et l'offre commerciale proposée au centre-ville s'imposait. » Deux axes ont été déterminés : l'élévation du niveau moyen des commerces du centre et l'arrivée d'enseignes qui complèteraient l'offre commerciale. « Mulhouse n'a pas une image suffisante pour se contenter d'attendre l'arrivée de nouveaux commerces, il faut une démarche prospective, ce qui n'est pas le cas pour le moment. »

L'association suggère de renforcer l'offre en matière de mai-

son/décoration, prêt-à-porter masculin, jouets et restauration conviviale notamment.

Enfin, dernier projet, la création d'un espace d'information pour les Mulhousiens et les touristes : le Welcome café. À mi-chemin entre un office de tourisme et un café branché, cet espace mixte situé au cœur du centre serait le lieu de référence de la vie de la ville. « Le constat n'est pas rose en ce qui concerne la communication touristique et culturelle à Mulhouse. Ce lieu permettrait à Mulhouse de bénéficier d'une vraie vitrine pour la culture et les loisirs. »

Simon Haberkorn