

Publié le 29 juin 2012

Mulhouse : Un manager pour le commerce

La Spl Serm 68 a recruté un manager du commerce dans le cadre du programme « Mulhouse Grand centre », engagé par la Ville sur la période 2010 - 2016. C'est toute la dynamique commerciale qui prend un nouvel élan en centre-ville.



Imaginé au cours des débats qui avaient eu lieu à Mulhouse lors des États généraux du Commerce en 2008, la fonction de manager du commerce prend aujourd'hui tout son sens. Un an seulement après l'arrivée de Frédéric Marquet à ce poste les premiers résultats concrets sont là. Le centre ville ne compte plus aujourd'hui que 84 locaux commerciaux vacants, contre 109 identifiés il y a un an. Et près de 110 ouvertures de nouveaux magasins, effectives ou à venir, ont été enregistrées depuis janvier 2011 (contre seulement 34 fermetures).

Le nouveau poste de manager du commerce entre dans le cadre du programme « Mulhouse Grand centre », engagé par la municipalité de Mulhouse sur la période 2010 - 2016, et doté d'un budget de 36 millions d'euros. Frédéric Marquet n'a pas hésité à abandonner son mandat de conseiller municipal et son poste de directeur d'une agence conseil en publicité et marketing, pour se consacrer entièrement à la dynamique commerciale de la deuxième ville d'Alsace. « Ma mission a d'abord consisté à définir une stratégie pour renforcer l'attractivité commerciale, avec l'élaboration d'objectifs et d'un plan d'action qui s'appuient sur l'étude d'un cabinet spécialisé », confie Frédéric Marquet, retenu par un cabinet de recrutement et un jury Ville-CCI-[Serm](#)-commerçants pour prendre ses fonctions au sein de la Serm 68.

Un pôle alimentaire de qualité

L'enjeu est désormais de positionner la ville sur une composante forte de son identité : la créativité. « Cette dimension est effectivement enracinée dans l'histoire de la ville, par son industrie passée, son économie aujourd'hui, son architecture et par la place faite à l'expression artistique », explique Frédéric Marquet. L'ambition est de monter en gamme sur l'offre du centre ville pour mieux répondre à la zone de chalandise dont le pouvoir d'achat « est supérieur de 27 % à la moyenne nationale ». Mais aussi aux visiteurs, en provenance de Suisse et d'Allemagne, situés à moins d'une trentaine de minutes de route. « Il faut monter en gamme et mieux équilibrer l'offre, notamment en alimentaire, équipement de la maison, jouet, et petit bricolage », commente le manager du commerce, qui met en relation des enseignes avec des locaux disponibles adaptés. Un pôle alimentaire haut de gamme voit également le jour : réhabilitée par la Serm 68, la Maison Engelmann vient d'être transformée en « concept store » dédié aux commerces de bouche, tandis qu'une « restauration de qualité » doit se développer dans la rue contiguë, à deux pas de la rue du Sauvage, artère commerçante numéro un de Mulhouse. Le centre-ville entame sa révolution.