

► **Le musée Electropolis s'enrichit de pièces d'arts ménagers. En page 3**

**Commerce / Frédéric Marquet, nouveau manager du commerce**

## « Il faut monter en gamme »

Frédéric Marquet, 36 ans, vient de prendre la fonction de manager du commerce local mulhousien, rattaché à la Serm. Ancien conseiller municipal, ancien directeur d'une agence de communication, président d'association, le trentenaire fait le point sur les faiblesses, les atouts et les projets du commerce mulhousien.

■ « On sent une nouvelle dynamique dans le commerce mulhousien mais il y aura encore des fermetures », indique d'emblée le nouveau manager du commerce local. Entré en fonction, le 3 janvier, Frédéric Marquet est encore en phase de consultations. Avant l'été, il doit dévoiler sa stratégie pour développer le commerce du centre-ville et surtout pour redorer son image.

Ce poste a été créé à la suite des états généraux du commerce fin 2008, à la demande des commerçants. Ses missions : redonner l'envie aux consommateurs de venir au centre-ville, attirer de nouvelles enseignes, coordonner les animations et être un relais efficaces pour les commerces.

### La « halle gourmande » ouvrira en mars 2012

Pour lui, « le problème numéro 1, c'est l'accessibilité et

le stationnement. » A cet égard, la Ville travaille déjà sur un nouveau plan de circulation qui devrait être dévoilé avant l'été. Faciliter l'accès au parking des Maréchaux et désengorger l'avenue Kennedy sont des priorités. Le parking de la rue Buffon bénéficiera d'un nouveau système de paiement (au temps passé et non plus avec horodateur). Par ailleurs, un cabinet d'urbaniste-designer parisien travaille actuellement sur une projet « pour mieux identifier le centre-ville et lui donner une ambiance. »

Les friches commerciales constituent également un problème auquel Frédéric Marquet va se confronter. Pour le nouveau manager du commerce, il faut créer des rues, des quartiers « de destination ». Exemple avec la future « halle gourmande » qui ouvrira en mars 2012 dans l'immeuble de l'ancien Casa.

### Deux passions : Mulhouse et le commerce

Frédéric Marquet reconnaît avoir « la fibre du commerce ». Formé en école de commerce, ce Mulhousien de 36 ans, est revenu dans sa ville en 2002. Il devient directeur de clientèle puis directeur de l'agence de communication Idaho. Il y a six ans, il crée l'association « Mulhouse j'y crois », qui fédère des citoyens pour réfléchir de manière constructive à l'évolution de la ville. Militant UMP, il se présente en 2008 sur la liste de J.-M. Bockel aux élections municipales. Conseiller délégué au commerce durant deux ans, il vient de démissionner de son mandat, et de son agence de communication pour se consacrer à plein temps au commerce mulhousien.



Frédéric Marquet, un manager du commerce local prêt à tester des choses nouvelles pour Mulhouse. (Photo DNA - Philip Anstett)

Huit commerces « alimentaires de qualité » seront installés dans le passage entre les rues de la Moselle et des Moulins : caviste, fromager, épicerie fine, primeurs, traiteur italien, boucher, café et grande librairie spécialisée. « C'est déjà complet. Le permis de construire est déposé » indique-t-il.

Il espère aussi « créer du lien » avec la Galerie voisine (qui héberge la Fnac) puisque le contact a été repris avec les propriétaires.

### L'ancien Monoprix, le local qui pose souci

La rue des Tanneurs, avec la réouverture prochaine de la galerie Marbach (en mars) après une longue fermeture

devrait voir se renforcer l'orientation déco-mobilier-antiquaires de ce quartier. Et l'ouverture prochaine d'un restaurant lounge dans le local de l'ancien Côté Déco devrait renforcer son attractivité.

L'ancien Monoprix, rue du Sauvage, n'a toujours pas de reprenneur en vue. Bien situé, d'une très grande surface, « c'est le local qui pose soucis. » Frédéric Marquet y verrait plutôt du textile, et plutôt du moyenne ou haut de gamme.

Il va aussi mener un réflexion sur l'avenue Foch, qui sera revalorisée avec l'arrivée du TGV Rhin-Rhône. Il y verrait bien s'affirmer la thématique restauration, « comme la rue Mercière de Lyon. » Mais la réflexion ne fait que commencer.

### Un pouvoir d'achat supérieur à la moyenne

Une facette prioritaire de sa mission consistera à attirer de nouvelles enseignes. « Je prospecterai en priorité les enseignes absentes de Mulhouse dans des secteurs comme les jouets, le prêt-à-porter homme haut de gamme, la déco moyenne gamme, les magasins de bricolage de proximité et l'alimentaire. Je veux attirer des commerces qui ont une chance de réussir à Mulhouse et pour cela, il faudra travailler sur l'adéquation entre l'emplacement et le produit, c'est très important » indique-t-il.

Avec quels atouts ? « La population et la zone de chalandise. Le pouvoir d'achat, est, dans l'agglomération mulhousienne, supérieure à la moyenne nationale de plus de 10 %, et dans un rayon de 50 à 100 km, de près de 26 % »

Enfin, sur le centre commercial Porte Jeune, le manager porte un regard assez sombre. « Son problème c'est le choix des enseignes, analyse-t-il. La plupart sont bas de gamme et déjà présentes en périphérie. » Il reconnaît que la société Altarea a ouvert la structure au plus fort de la crise. S'il prévoit encore de nouvelles fermetures, il veut rester optimiste. « Il y a de plus en plus de passage. Monoprix monte en puissance, ainsi que Saturne. Il faudrait juste, à mon avis, monter en gamme. »

Valérie Freund

**Kingersheim / Du 26 janvier au 8 février**

## Momix a 20 ans

■ **Le festival jeune public Momix de Kingersheim, qui se tient du 26 janvier au 8 février, fête ses 20 ans. Pour l'occasion, la manifestation s'étale un peu dans la durée, investit un nouveau lieu, les Sheds, et s'offre, en clôture, le spectacle du cirque russe Semianyki, déjà complet.**

Du modeste projet de 1991, au budget de 60 000 francs, avec 6 techniciens et 12 spectacles, Momix est devenu en 20 ans un festival incontournable, reconnu, au budget de plus de 300 000 €, 25 techniciens, sept lieux et plus de 30 spectacles.

Mais la plus grande satisfaction des initiateurs du projet, dont Christine Planel, présidente du réseau Résonances, « c'est d'avoir gardé notre esprit de militant de la culture accessible. »

Pour elle, le tournant a été pris dès 1993 avec l'arrivée du directeur Philippe Schlienger. Lui applaudit la singularité du projet qui dès l'origine a associé « politiques, professionnels et milieu artistique. C'est à cette condition qu'un projet peut s'inscrire dans la durée. » Le directeur estime que « le festival a atteint sa maturité, son déploiement maximum. »

Pour ce vingtième anniversaire, le festival s'étale un peu dans le temps pour durer une quinzaine de jours au lieu de dix, du 26 janvier au 8 février. Il investit aussi un lieu supplémentaire, le local de l'association Sheds où se tiendra le bar (déplacé de l'espace Tival) et les soirées cabaret. Autre satisfaction, le festival a été choisi cette an-

née, par l'Office national de la diffusion artistique (Onda) pour accueillir un Focus jeune public : quelque 80 professionnels étrangers viendront durant trois jours voir des spectacles sélectionnés pour leur « caractère exportable. » Une reconnaissance de plus, même si Philippe Schlienger concède que le festival attire depuis longtemps les programmeurs français.

Côté programmation, le festival accueille toujours une trentaine de spectacles pour tous les âges et de divers styles. Des troupes fidèles et de nouvelles venues seront présentes, comme d'habitude. A noter que pour la clôture, Momix a « réussi » à attirer la compagnie de cirque Semianyki, qui avait fait un tabac lors de ses représentations à



Une trentaine de spectacles pour un public à partir de un an. (Photo archives DNA)

la Filature. « C'est complet, on a refusé au moins 250 personnes. »

Autre nouveauté, le jury du festival crée un prix Momix, purement honorifique, qui s'ajoute au prix du jury déjà

existant, et qui vise à inviter une troupe à tourner dans les lieux du réseau Résonances.

V.F.  
► Du 26 janvier au 8 février dans 7 lieux de Kingersheim. Renseignements [www.momix.org](http://www.momix.org)