

DESTINATION

2008

MULHOUSE

Guide *Shopping*

**Mulhouse :
le commerce fait le
plein de nouveautés**

Grand jeu
gagnez jusqu'à
1000€
de chèques cadeaux

Ce magazine vous est offert par les commerçants mulhousiens

Commerce

Les grandes nouveautés en 2008

Le Palace

Le retour du cinéma au centre-ville

Chèques cadeaux

Le succès mulhousien, unique en France

Transports

Les bons plans pour circuler et stationner en centre-ville

Le succès du chèque cadeau

Des chèques cadeaux pas comme les autres

Des chèques cadeaux valables dans plus de 200 commerces de la ville, il suffisait d'y penser. Créés en 2001, les chèques cadeaux du commerce mulhousien ont rencontré le succès relativement rapidement. Certes, tous les chèques cadeaux, quels qu'ils soient, connaissent un fort engouement depuis quelques années, mais le succès du chèque mulhousien est singulier.



6

Il faut dire qu'avec le nombre et la diversité des enseignes acceptant ces chèques cadeaux, on ne peut que faire plaisir ! Mode, beauté, décoration, loisirs, gastronomie, culture... On peut tout s'offrir avec les chèques Vitrines de Mulhouse. C'est avant tout cette diversité qui explique son succès.

Un succès unique en France

Depuis 2006, la progression des ventes de chèques cadeaux avoisine +50% par an ! La notoriété des bons dépasse maintenant les frontières de Mulhouse, et même de l'agglomération.

« Nous menons deux campagnes de communication par an, plutôt modestes, et le bouche à oreille fait le reste » explique Stéphane Tripot, manager des Vitrines de Mulhouse. « En interrogeant les clients, nous avons mesuré à quel point une personne à qui on offre des chèques mulhousiens en devient quasi-systématiquement prescripteur et acheteur à son tour. »

En 2007, plus d'1 million d'euros de chèques cadeaux ont été vendus, et le chiffre 2008 devrait être supérieur à 1,6 million.

Le succès de ce chèque cadeau a eu des échos dans la France entière, si bien que la plupart des associations de commerçants des moyennes et grandes villes françaises veulent maintenant s'inspirer des Vitrines de Mulhouse pour développer leurs propres bons.

Stéphane Tripot : « Dans le petit monde des unions commerciales, tout le monde a compris aujourd'hui l'intérêt stratégique fort que représente le développement de produits comme le chèque cadeau. Nous sommes sollicités presque quotidiennement. Il n'y a pas de secret, nous sommes ravis de faire bénéficier les autres villes de notre expérience en la matière. »

L'association des commerçants a même développé, avec l'entreprise mulhousienne TDE Informatique, un logiciel de gestion des chèques cadeaux (ch€q'cad), qui n'existait pas sur le marché. Ce logiciel est lui aussi l'objet de toutes les convoitises de la part des autres associations.

Quel est l'impact sur le commerce

Le chèque cadeau est bien plus qu'un apport de chiffre d'affaires dans les commerces.

Une partie importante de la population du Sud Alsace n'a pas encore repris l'habitude de venir faire ses achats à Mulhouse, alors que la ville a beaucoup changé et qu'il n'a jamais été si agréable d'y faire son shopping. Le chèque cadeau est déclencheur pour tous ces gens. Lorsqu'une entreprise de Huningue ou de Wittenheim offre des chèques cadeaux à ses salariés, c'est autant de personnes qui vont reprendre le chemin des commerces mulhousiens, découvrir les nouvelles enseignes, le nouveau paysage urbain, la place de la Concorde rénovée, les nouvelles terrasses, le P+Tram, les vélocités, le nouveau cinéma Le Palace...