

Zeitschrift: Regio Basiliensis : Basler Zeitschrift für Geographie
Herausgeber: Geographisch-Ethnologische Gesellschaft Basel ; Geographisches Institut der Universität Basel
Band: 20 (1979)
Heft: 1

Artikel: Mulhouse, ville touristique?
Autor: Troer, Charles
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1088920>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Mulhouse, ville touristique?

CHARLES TROER

Avec sa réputation de ville industrielle, Mulhouse ne semble pas devoir prétendre jouer un grand rôle comme centre de tourisme. Pourtant si on considère que le tourisme est avant tout tributaire des moyens de déplacement et se trouve activé par la qualité de l'accueil on peut démontrer que Mulhouse dispose à sa portée de tout ce qui crée un flux touristique et qu'il suffit de capter.

Les différents réseaux de voies de communication dessinent un carrefour et font de Mulhouse une plaque tournante. Carrefour de voies ferrées entre Paris – Bâle – Vienne et Strasbourg – Lyon, ligne où circulent à grande vitesse les turbo-trains. Carrefour autoroutier, entre l'A 35 et l'A 36 complétées par les voies rapides et les routes nationales, croisée des routes menant du Benelux (ou de Paris) à Bâle et de celles menant des pays nordiques aux pays méditerranéens. Enfin plaque tournante des réseaux aériens au cœur de l'Europe communautaire avec l'aéroport Bâle-Mulhouse qui devient aéroport intercontinental après la mise en service de sa piste de 3900 m le 28 décembre 1978, et dont le trafic atteindra bientôt un million de passagers (env. 900 000 en 1978). Ainsi l'automobile, le train et l'avion amènent vers Mulhouse des dizaines de milliers de voyageurs venus de tous les coins de l'hexagone, de la plupart des pays voisins et également de pays lointains. Le problème posé c'est d'attirer et de retenir une partie de ce flux par un accueil de classe: hébergement et restauration et, en offrant une large gamme de loisirs et de curiosités. Aussi, depuis quelques années l'équipement hôtelier se développe et s'améliore avec la construction de l'hôtel «Frantel» face à la gare centrale (96 chambres), des hôtels «Mercure» (100 chambres), «Sofitel» (100 chambres), «Novotel» (77 chambres) à proximité du futur nœud autoroutier en voie de réalisation (croisement A 35 et A 36) à Ile Napoléon au NE de l'agglomération. Il reste aux 27 restaurants touristiques et aux autres à soigner leur renom gastronomique ce qui est facile tant l'Alsace est riche de traditions culinaires, de spécialités en pâtisserie, de gouleyants vins blancs.

A ces solides avantages dont peut profiter un esprit d'entreprise et d'initiative s'ajoutent de bonnes données touristiques héritées du passé proche ou plus lointain et qui sont à valoriser à présent.

Le Vieux Mulhouse, centre-ville qui ne saurait rivaliser au point de vue du cachet et du pittoresque avec ceux de Strasbourg, Colmar, Sélestat, ou même des petites mais riches bourgades du vignoble. Les tours du Diable et Nessel, la tour du Bollwerk constituent de bien modestes vestiges des anciennes fortifications, mais le plan ancien des rues en «coupe-vent», les noms typiques des rues, les maisons aux toits

de tuiles très originaux confèrent à l'ensemble une authentique estampille de monument historique¹. Mais il manque un grand projet cohérent de mise en valeur et d'animation et seules ont été entreprises des actions sporadiques ou dispersées. Les deux rues piétonnes en sont l'exemple type: sans lien l'une avec l'autre elles débouchent sur deux places envahies par l'automobile. Les tentatives de lancement d'un marché aux puces, place de la Concorde, et du «Christkindelmarkt», place de la Réunion, n'ont pas connu «le succès escompté» selon l'expression même du premier magistrat dans son rapport sur le budget de 1979. Par contre la braderie dans la première quinzaine de l'été anime d'une foule grouillante les vieilles rues.

En fait c'est dans tout un contexte que peuvent s'intégrer valablement ces manifestations: magasins de commerces très spécialisés aux devantures typées cadrant avec l'environnement urbain «à l'ancienne» comme antiquaires, magasins de meubles, graveurs, libraires, galeries d'art nombreux et achalandés actuellement mais auxquels devraient se joindre relieurs, ébénistes, potiers et céramistes, estaminets et restaurants, caves, «Winstubs», brasseries avec installations en pleine rue comme le long des rues piétonnes. Le principe de base étant de faire circuler à pied en toute liberté et sans souci (ce qui est la définition même du touriste) les curieux et les badauds. D'heureuses initiatives comme l'aménagement de l'Hôtel de Ville du XVI^e siècle en Musée Historique et Archéologique, du Musée des Beaux-Arts, place Guillaume-Tell, et du Musée lapidaire dans la charmante petite chapelle St-Jean (Grand'Rue), ancienne église de l'Ordre des Chevaliers de Malte, ont entraîné un mouvement touristique de 25 411 personnes en 1977, progressant de 25 % par rapport à 1974. Des expositions et des concerts (6 au Musée Historique, 811 personnes; 12 à la chapelle St-Jean, 1200 personnes) valorisent ces pôles attractifs. Mais l'analyse mois par mois de la fréquentation révèle que les mois d'été sont les moins fournis (Août se classe au 7^e rang) car les scolaires n'y viennent plus, mais ce qui laisse supposer que les 5534 visiteurs de Juillet à Septembre sont essentiellement des touristes. Le temple St-Etienne accueille pendant le temps où il est ouvert aux visites, de Mai à Septembre, 12 513 visiteurs dont 3625 en Août. Le courant touristique à travers la vieille ville reste donc d'un niveau modeste et il faudra une forte incitation pour qu'il puisse se renforcer et apporter à ce centre ville la forte animation dont il a besoin pour survivre.

Mulhouse du XIX^e siècle, de l'ère industrielle, garde des témoins de cette période qui ne sont pas sans attrait. De véritables ensembles historiques comme le quartier de la Bourse (1828), «témoin élégant et homogène de son ascension» (dépliant touristique d'ici), et l'ensemble des maisons ouvrières de la «Cité», un peu négligé, mais qu'un effort de fleurissement et d'entretien valoriserait, s'intégreraient facilement dans des visites guidées et commentées à thèmes historique et urbanistique. Les usines Dollfus, Mieg et Co. (DMC), les établissements Braun, La Société Alsacienne de Constructions Mécaniques (SACM, héritière de la Fonderie, 1826) et

¹ cf. L. Hueber (1974): Le Vieux Mulhouse, ses caractéristiques, sa sauvegarde. Cahiers Mulhousiens de Géographie, No. 5, p. 18-30

la Société Nouvelle d'Impression de Pfastatt (SNIP, héritière de l'indiennage) reçoivent de nombreux visiteurs. Mais les plus typiques témoignages de l'époque industrielle se trouvent réunis dans des musées, véritables fleurons du patrimoine touristique mulhousien.

Celui du Musée de l'Impression sur étoffes (2, rue des Bonnes Gens; ouverture voir Guide Michelin, «Vosges–Lorraine–Alsace») près du Canal du Rhône au Rhin, autre témoin de l'histoire économique, accueille un nombre toujours plus important de curieux (30 % de plus de 1974 à 1975 p. ex.), 14 186 entrées en 1977 surtout des touristes pendant les mois de Juin, Juillet et Août (le plus important par ordre du nombre des visites). Mais le Musée Français du Chemin de Fer² (rue Alfred de Glehn), dans la zone artisanale et du tertiaire de la Mer Rouge se taille la part du lion avec ses 89 469 visiteurs en 1977. Courant touristique débutant dès avril, s'amplifiant de Juillet à Septembre où 44,7 % (40 013) des visiteurs le fréquentent, phénomène d'attraction basé sur une certaine nostalgie d'un passé proche déjà entré au musée. Le Musée de l'Automobile (Avenue de Colmar) complète ce patrimoine exceptionnel – il a déjà vu passer plus de 500 000 personnes depuis son ouverture – ainsi que le Musée du Sapeur-Pompier, et la caserne moderne des Pompiers de Mulhouse (Boulevard de la Marseillaise), très visitée.

Mulhouse qui n'est pas ville-musée est devenue sans conteste la ville des musées et une publicité heureuse, un fléchage judicieux doivent piqueter la rocade autoroutière qui passera à proximité et sur laquelle une plate-forme étape pourrait être aménagée au voisinage du Musée du Chemin de Fer. Mulhouse aujourd'hui sait mettre en avant ces atouts indiscutables et vise à réaliser un amalgame heureux entre le passé artisanal et le passé industriel. Mais la municipalité veut donner d'autres touches à l'image de marque globale.

La plus réaliste est celle de ville verte et ville fleurie. Car avec ses 713,89 ha de terrains libres et d'espaces verts (dont 99 ha de bois et 59 ha de terrains d'agrément et de sports) couvrant 31,9 % de la surface communale ce qui fait 61 m² par habitant (coefficient d'aération) nous sommes loin de l'image-type de la ville industrielle sombre et grise. Il y a la pénétrante verdoyante de la vallée de la Doller, le plan d'eau aménagé du nouveau bassin, les berges du canal plantées d'arbres, mais surtout deux ensembles absolument exceptionnels: l'ensemble Zoo – Tannenwald – Rebberg et l'ensemble sportif de l'Ill.

Le Jardin zoologique et botanique situé entre le Rebberg à l'urbanisme aéré et la lisière de la forêt Tannenwald – Zurrenwald est un héritage de la période industrielle. Créé en 1868 par la Société du Jardin Zoologique, ouvert au public le 1^{er} Novembre 1868, il ne couvrait que 7,5 ha. Le 20 Mars 1893 la ville de Mulhouse en fit l'acquisition et par une politique d'aménagement et d'extension bien conduite elle en a fait un parc de 25 ha. Le mécénat industriel et commerçant plutôt timide est relayé par des associations qui s'activent pour le rendre toujours plus

² cf. Ch. Troër (1975): Le Musée Français du Chemin de Fer à Mulhouse, Regio Basiliensis XVI, p. 103–106

attrayant et plus instructif en présentant, regroupées de façon didactique les 927 animaux de 175 espèces différents qui le peuplent. Il a accueilli, en 1977, 305 377 visiteurs (330 437 en 1975). Un restaurant construit en 1902 et renoué récemment offre un cadre «à l'alsacienne» à ses clients. Avec le Belvédère qui permet de découvrir un large panorama urbain et rural, la forêt du Tannenwald avec son parcours sportif familial et les petites rues sinueuses et en pente du Rebbberg; un ensemble piétonnier attrayant s'offre aux promeneurs.

L'ensemble sportif et de plein-air de l'Ill ouvre aux portes sud-ouest de la ville une large esplanade verte, qui par ailleurs porte témoignage que les responsables ont l'ambition de faire de Mulhouse un Centre Régional Sportif d'un grand rayonnement. Ses associations sportives: Mulhouse-Olympique-Natation (MON), Mulhouse-Basket-Club (MBC), Foot-Ball-Club de Mulhouse (FCM), Association Sportive des PTT) (ASPTT) entr'autres, font honneur à leur ville sur le plan régional comme sur le plan national. L'Office Municipal des Sports coiffe 138 associations comptant 372 sections pratiquant 49 disciplines sportives différentes. Les nombreux équipements sportifs: 5 stades, 14 terrains, 26 salles de sports ou gymnases, 30 plateaux scolaires, se répartissant dans l'ensemble des quartiers, mais le complexe sportif de l'Ill présente un éventail sans pareil à l'usage de sportifs de tous âges et conditions. Le stade nautique olympique de 18 ha, ouvert de Mai à Septembre, a enregistré 127 621 entrées en 1977, les trois piscines couvertes (dont celle olympique de l'Illberg) 378 887 entrées. Une patinoire, transformée en courts de tennis l'été, un minigolf, un terrain de rugby, plusieurs terrains de foot-ball, de tennis, et une base nautique, une salle municipale des sports de 2500 ou 4000 places, le gymnase du Mulhouse-Université Club (MUC) permettent de multiples activités sportives que le stade omnisports de 2650 places qui sera inauguré le 15 Juin 1979 viendra compléter. On peut évoquer en plus le centre hippique avec manège et carrière du Waldeck, l'aéroclub de Habsheim, l'autodrome de Rixheim. Mulhouse dispose donc de nombreux atouts pour affirmer sa vocation sportive, et pour engendrer ainsi un profitable mouvement touristique. Son image de marque sportive est illustrée avec succès par sa compagnie prestige de Majorettes, à vocation sportive, en de nombreuses rencontres et exhibitions.

Mulhouse se veut en troisième lieu centre de manifestations régionales et internationales et un centre d'accueil. Son carnaval en février attire les groupes d'animation des pays voisins pour sa cavalcade; sa Foire Exposition en Mai-Juin a compté 138 000 entrées en 1976 alors que les Journées d'Octobre (110 000 entrées) donnent un panorama complet de l'économie agricole régionale avec 67 exposants sur le parc des expositions de la place du 14 Juillet de 60 000 m² dont 15 500 m² couverts. Le Salon Régional du Camping et celui de l'auto au printemps, la fête foraine fin Juillet mi Août entretiennent l'animation. Il y eut 41 manifestations diverses en 1976.

Le Centre d'Accueil et de Relations International «A. Wallach» (55 lits) reçoit congressistes, séminaristes, groupes de travail, alors que le camping municipal géré par le Touring-Club de France (TCF) dispose de 255 places et est ouvert aux vacanciers de passage de Pâques à Octobre. L'Auberge de Jeunesse (rue de l'Ill-

berg, 95 lits) loge les jeunes et les groupes (sportifs surtout) pour trois nuits maximum.

Pendant les 9 premiers mois de 1978 le Syndicat d'Initiative (rue Maréchal Foch) a organisé la venue de 8 congrès et «traité» 167 groupes en faisant des visites de la ville et en fournissant un personnel d'accompagnement. La prestation spectacle fait toutefois assez largement défaut: le théâtre avec 995 places n'est pas ouvert en été, et malgré de louables efforts n'assure pas pleinement le service qu'on en attend, pas plus que les 13 salles de cinéma avec leurs 6117 fauteuils dont le taux d'occupation est bien modeste. Le tourisme dans ce domaine n'apporte pratiquement rien.

Au camping de l'Ill, il y a eu 12 274 arrivées en 1977 (10 053 en 1975) dont 55,8 % étaient des étrangers: Allemands (2618), Hollandais (1189), Anglais (761), Belges (464), Danois (321), Suisses (156) etc. L'Auberge de Jeunesse a dénombré 8310 hébergements en 1977 – 2946 individuels et 5364 en groupes – ce qui représente pour les 2946 arrivées 1907 étrangers (1024 Allemands, 146 Suisses, 84 Anglais, 70 Américains etc.). La clientèle des individuels est en majorité des étudiants et des Lycéens (471), des employés (273) et des ouvriers (142). En 1978 avec 10 478 nuitées c'est une augmentation de 26 % de l'hébergement jeune qui s'enregistre. Etudiants en voyage d'études, jeunes passionnés de nature et de sports trouvent un point de chute à Mulhouse, centre rayonnant sur plusieurs régions voisines aux paysages typés: Sundgau et Jura, Vosges et collines sous-vosgiennes, plaine d'Alsace et plaine du Rhin! Le nombre d'excursions et la variété qu'on peut offrir à tous les congressistes et visiteurs de notre ville est d'une richesse exceptionnelle.

Mulhouse affiche une ambition de ville européenne avec ses nombreux jumelages, son label de commune d'Europe mais surtout avec son centre urbain nouveau de la place de l'Europe décorée des blasons de villes européennes et la Tour triangulaire de l'Europe dont la plate-forme panoramique, à 100 m de hauteur, a été fréquentée par 33 800 personnes en 1977 et dont le restaurant panoramique tournant constitue une attraction touristique qui s'ajoute à toutes les autres.

En conclusion, il est difficile d'apprécier le flux touristique qui concerne Mulhouse. L'estimation statistique n'en donne qu'une valeur très approchée à partir de la fréquentation des musées et des lieux d'accueil. On arrive en effet par le calcul à un nombre moyen de 6600 visiteurs par mois, soit entre 35 et 45 000 pendant les six mois de la belle saison. L'accueil porte sur 15 720 personnes de passage auxquelles il faudrait ajouter celles hébergées par l'hôtellerie (1670 chambres occupées à temps plein à la belle saison puisque 90 groupes ont dû être refusés par l'Office de Tourisme en 1978) ce qui représente peut-être 15 à 20 000 personnes environ. Au total ce serait près de 100 000 excursionnistes et touristes qui viendraient à Mulhouse dans l'année en dehors des participants aux nombreuses manifestations. C'est un flux bien insuffisant pour en faire une métropole touristique mais ses atouts sont bons. Comme ville des musées, ville du sport, ville des congrès ou ville d'Europe elle peut espérer attirer de plus en plus de visiteurs et développer sa fonction touristique. D'ores et déjà la définition donnée par M. le Maire Muller: «Ville propre, sportive, accueillante et fleurie» constitue un bon slogan publicitaire.