

ROUEN

VOTRE VILLE, VOTRE MAGAZINE • HORS-SÉRIE • OCTOBRE 2019

LES COURSES EN TÊTE

Spécial commerce et artisanat

Commerce, comment ça va ? ● Les indépendants tiennent le haut de l'affiche ● Les boutiques du coin de la rue



Non à la morosité

Il est des publicités dont on se passerait bien. Si Rouen est au cœur de l'actualité ces derniers temps, ce n'est malheureusement pas pour les bonnes raisons. Et c'est rageant après une année qui a vu avancer les grands chantiers sur la ville et accueilli près de 4 millions de visiteurs lors de l'Armada. Il est impensable qu'une dynamique négative emmène la capitale normande vers le repli sur elle-même... Les commerçants et artisans ont une belle partie à jouer dans ce contexte. Car ils sont intimement liés au plaisir d'habiter à Rouen, d'y venir, de s'y promener, d'y trouver tout ce que l'on cherche. D'où l'idée d'un numéro spécial commerce. Histoire de faire le point... HD



SOMMAIRE

pp. 4 à 5 AMÉNAGEMENTS ET ATTRACTIVITÉ

pp. 6 à 7 QUELQUES CHIFFRES

pp. 8 à 11 INDÉPENDANTS & GRANDES ENSEIGNES

- Le commerce indépendant, une spécialité toute rouennaise pp.8/9
- Centres commerciaux urbains p.10
- Le retour des enseignes p.11

pp. 12 à 13 HALTE AUX IDÉES REÇUES

pp. 14 à 15 CALENDRIER

- Marchés rouennais p.14
- Les grands rendez-vous pp.14/15
- Le Prix de l'Accueil p.15

pp. 16 à 17 VIE DE QUARTIER

- L'esprit de quartier pp.16/17
- C'est quoi l'Agnel ? p.16

pp. 19 à 21 UNE AFFAIRE DE GOÛT

- Et en cuisine ? p.19
- Les terrasses rouennaises p.20
- Gastronomie, bientôt un label p.20
- Vie nocturne p.21

pp. 22 à 23 FUTURS COMMERÇANTS

- Rouen, haut lieu de formation p.22
- Un secteur porteur p.23

pp. 24 à 27 COMMERÇANTS D'AUJOURD'HUI

pp. 28 à 31 COMMERÇANTS À SUIVRE

ROUEN, PLUS GRAND CENTRE COMMERÇANT NORMAND



Yvon Robert,
maire de Rouen

© J.-P. Segret

Givrée, Rouen sur mer, les Terrasses du jeudi...).

3 Les travaux « Cœur de Métropole » ont permis de redynamiser le centre-ville, et d'accueillir dans de meilleures conditions les clients ?

Des investissements historiques ont été réalisés ces dernières années pour offrir avant tout un meilleur cadre de vie aux habitants et aux usagers, mais aussi dans le but de renforcer l'attractivité du centre-ville. Le projet « Cœur de Métropole », mais aussi la réhabilitation du parvis de la gare, du quartier Saint-Sever, ou encore la nouvelle ligne de transport T4, illustrent parfaitement cette volonté.

Nous comprenons les attentes et l'impatience, parfois même l'exaspération, devant l'ampleur de ces travaux qui ont pu impacter les commerçants et les artisans. La ville change et se métamorphose aussi pour eux. Mais pour y parvenir, il fallait nécessairement passer par une phase conséquente de travaux qui doit d'ailleurs se poursuivre encore quelques semaines.

4 Crise sociale, incendie de l'usine Lubrizol... comment soutenir le commerce rouennais après ces derniers mois difficiles ?

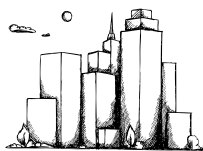
À Rouen, comme dans beaucoup de grandes villes françaises, les événements des derniers mois ont eu des conséquences sur l'activité économique, à commencer par les commerces. Nous avons obtenu de l'État, avec d'autres élus des villes concernées, le financement d'un plan de soutien pour la revitalisation et l'animation des commerces. Un programme d'actions a été élaboré à Rouen pour relancer la fréquentation et l'attractivité commerciale du centre-ville tout au long de l'année 2019. Le grave incendie au sein de l'usine Lubrizol qui a récemment frappé notre territoire touche également le commerce. Nous travaillons avec les représentants des commerçants et artisans pour les accompagner au mieux dans ce contexte. Nous ne nions pas les difficultés mais, comme Toulouse avec AZF en 2001, nous saurons collectivement rebondir et nous dépasser après ce sombre épisode.

1 En quoi le commerce rouennais contribue-t-il au dynamisme de l'économie locale ?

Rouen est le premier centre commercial à ciel ouvert de toute la Normandie. Avec plus de 3 000 commerçants et artisans qui sont installés au sein de notre capitale régionale, ce qui représente environ 12 000 emplois, notre ville entretient un lien très fort avec le commerce et l'artisanat car ils constituent un secteur qui est à l'origine d'une grande partie de son dynamisme économique.

2 Les commerçants et artisans rouennais sont mis à l'honneur chaque année avec le « Prix de l'accueil ». Une manière de mettre en valeur la qualité de leur accueil ainsi que leur savoir-faire ?

Le « Prix de l'accueil » est devenu au fil des années un événement attendu, autant par les commerçants et les artisans que par les Rouennais qui sont très attachés au commerce de proximité. Cet événement a pour objectif de mettre en lumière et de récompenser la qualité de l'accueil des commerçants et artisans rouennais. En perpétuant l'organisation de ce temps fort, la Ville de Rouen montre sa volonté de promouvoir et de soutenir tous ces acteurs essentiels de la vie locale. Vous avez également la possibilité de voter jusqu'au 28 octobre pour votre commerce préféré en vous rendant sur le site internet de la Ville. Le « Prix de l'accueil » est une des initiatives de la Ville illustrant l'attention que nous accordons tout au long de l'année à la vitalité commerciale du territoire (braderies de printemps et d'automne, animations avec Rouen



Un centre-ville transformé

Rouen vit une vague de chantiers d'aménagement de grande ampleur. C'est que le « mode d'emploi » d'une grande ville a changé ici comme en France. Et même partout dans le monde. Traduction sur le terrain : des quartiers apaisés où l'on a plaisir à venir.

Le dynamisme dans les quartiers est partout, à des degrés divers mais il est forcément plus évident dans le cœur historique de la ville, pôle magnétique de la métropole, pour ses habitants et pour les touristes. C'est pourquoi Ville et Métropole se sont lancées dans un programme ambitieux, non pas seulement de rénovation mais de transformation de

(et sa place du même nom en photo, NDLR), Saint-Sever et « Seine-cathédrale ». Des secteurs pour relier entre eux des lieux qui ne demandent qu'à vivre ensemble. Ainsi, le Palais de justice va rejoindre la charmante place Henri-IV en passant par le Vieux-Marché ; autour de la cathédrale, l'âtre Saint-Maclou tend enfin la main à la halle aux Toiles ;

et les musées vont se présenter tous les 5 (Beaux-Arts, Céramique, Art du fer, Antiquités et Histoire naturelle) de



Récemment terminée, la nouvelle place du Vieux-Marché, sur sa partie haute, longe l'arrière de l'église Sainte-Jeanne-d'Arc et mène les passants directement des terrasses aux halles.

l'espace public afin à la fois de mettre en valeur le patrimoine historique, culturel et architectural mais aussi d'améliorer le cadre de vie des « usagers qui vivent la ville ». La parole avait d'ailleurs été donnée à tous ceux qui le désiraient pour commenter, suggérer dans le but de mieux comprendre les attentes des uns et des autres.

D'où un découpage très pragmatique en de vastes secteurs d'intervention : le « quartier des musées », le Vieux-Marché

accrue, traits d'union entre les foyers de vie, matériaux de qualité, espaces verts (rappelons s'agissant de ce dernier point que 188 arbres ont été plantés dans le cadre de Cœur de métropole pour 70 abattus)... L'envie de se promener en ville devient irrésistible ! Et c'est probablement une chance pour le petit millier de commerçants et artisans du centre de Rouen. On vient de plus en plus loin pour découvrir la ville... HD



manière bien plus attractive à leurs visiteurs, en découvrant au passage la petite place du Docteur-Cerné et l'apaisante place de la Rougemare...

Embellissement, accessibilité piétons

Rouen, je t'aime !

Au cœur de l'été, le magazine de la grande consommation LSA publiait son 4^e baromètre du centre-ville et des commerces. Une étude nationale qui fait ressortir quelques chiffres intéressants sur la « tendance ». Ainsi par exemple, en 2018, 58 % des Français se déclaraient attachés à leur centre-ville et les voilà près de 72 % en 2019. Soit 14 % de plus... Et qui plus est, parmi ces Français, 78 % des jeunes confirment cet attachement. Pas étonnant, souligne une autre étude : les consommateurs délaissent les grands hypermarchés et plébiscitent les petits commerces de quartier. Parmi les « segments » porteurs, les primeurs, cavistes et magasins bio. Avec des valeurs traditionnelles qui reviennent en force : demande de service, de conseil et d'expertise... Le sondage LSA indique aussi que 44 % des personnes interrogées estiment que leur centre-ville est en déclin et que le mouvement des gilets jaunes les a poussés à réduire leur fréquentation du centre ; notamment – sans surprise

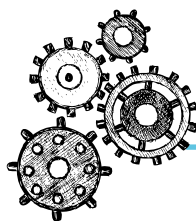
– dans les villes de plus 100 000 habitants (19 % des Français et 27 % des 18-24 ans indiquent aller moins souvent en ville). Enfin, ils sont plus de 70 % à considérer que c'est le maire et son conseil municipal qui sont les plus légitimes pour agir afin de relancer le pouvoir de séduction de la ville. C'est d'ailleurs ce qui a été fait à Rouen puisque la Ville et la Métropole – avec le soutien de l'État – ont lancé des actions dès avril dernier pour faire revenir les clients en ville : entre autres, une large campagne de notoriété sur « Rouen, le plus grand centre commerçant et artisan de Normandie » et la mise sur pied d'animations « Rouen Samedi, ça me dit » sur les places de la ville chaque 1^{er} samedi du mois...



LE CŒUR A SES RAISONS



Que mettre en vitrine pour attirer la curiosité d'un éventuel chaland ? Couleurs ou sobriété ? Du nouveau ou de l'ancien ? Pas forcément simple. La question se pose également à l'échelle d'une ville. **Qu'est-ce qui peut bien faire venir des visiteurs**, qu'ils soient habitants, voisins ou étrangers ? De nombreuses études ont été faites, ici comme à l'autre bout de la planète. Et en dépit de (grands) particularismes propres à chaque cité, il est néanmoins assez surprenant de **distinguer des points communs** ; point communs qui ont d'ailleurs servi à la transformation de villes telles que Melbourne, Copenhague, San Francisco ou encore... New York. Car, pour faire court, on vient en ville pour des activités obligatoires – type « les courses » – pour lesquelles on n'a pas forcément envie de s'attarder ou pour faire du « shopping » que l'on va préférentiellement associer à des activités conviviales (boire un verre, voir des amis...), culturelles ou encore sportives. Conclusions concordantes des études : **pour séduire il faut veiller à la qualité des espaces publics et de l'accessibilité multimodale**. Il faut aussi un plateau piéton étendu, l'organisation d'événements culturels et touristiques récurrents et la présence de nombreuses activités culturelles et de loisirs, marchandes et non marchandes. À cela, on ajoute **une « bonne qualité commerciale »** qui passe par la présence de grands magasins et enseignes exclusives ainsi que par le dynamisme du commerce indépendant. Rouen s'est résolument engagé sur ce chemin...



C chiffres à l'appui

Pour faire un panorama d'un secteur d'activité, les chiffres parlent parfois mieux que les mots. Voici quelques données qui éclairent sur le commerce et l'artisanat à Rouen aujourd'hui.

ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

72 %
de commerçants et
d'artisans indépendants*

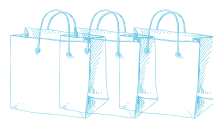
28 % d'enseignes
nationales*



13 %

c'est le taux de vacance (proportion des locaux commerciaux disponibles) sur l'ensemble de la ville de Rouen. C'est le même que celui du Grand Paris*

Sur l'hypercentre, ce taux descend à



5 %



47 % des vitrines de la
Métropole sont à Rouen*

PERFORMANCE

meilleur essor rouennais* :

commerce alimentaire spécialisé (bio, circuit court...) + **29 %**

supermarchés de ville + **20 %**

articles de sport (et notamment le vélo) + **14 %**

(période 2011-2017)





21 632

EMPLOI

salariés dans le secteur du commerce
dans le bassin rouennais (chiffre fin 2018)

3 831 embauches en 2018

3 743 offres d'emploi en octobre 2019

41

450 apprentis

au CFA Simone-Veil

artisans d'art
installés à Rouen

CARTE
D'IDENTITÉ

commerces à Rouen*

alimentaire = 300

non-alimentaire = 1 035

hôtellerie-bar-restauration = 704

auto-moto = 129

service aux particuliers = 476

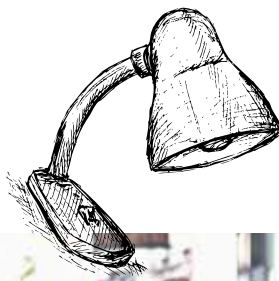


267 points
de vente pour
10 000 habitants*

400
terrasses
à Rouen*



* chiffres 2017 - Observatoire
du Commerce, Métropole Rouen Normandie



La marche de l'indépendance

Le territoire de la ville de Rouen apparaît comme un espace du commerce indépendant, qui pèse de tout son poids sur l'activité économique de la cité.

Le sol rouennais est fertile pour les commerçants indépendants : ils représentent les trois quarts des activités commerciales de la ville et les deux tiers des commerces de détail. Le constat (recensement 2017) émane de la Chambre de commerce et d'industrie (CCI), qui travaille au quotidien à soutenir les unions commerciales et artisanales, notamment à travers l'animation d'un club « Réseau Performance Commerce ». « *Le commerce indépendant, c'est le commerce historique, avance Pierre-Vincent Langlois, le patron de l'Office du commerce et de l'artisanat de Rouen. S'il s'exprime aussi bien à Rouen, c'est parce qu'il bénéficie d'un écrin exceptionnel : une ville touristique d'intérêt international. Le commerce rouennais affiche l'un des taux de vacance les plus faibles de France : entre 5 et 6 % [dans le centre-ville, NDLR], contre une moyenne nationale de 9 %. Cela en dit long sur notre attractivité.* » Un cadre de vie privilégié, atout n° 1 du commerce indépendant ? Du com-

merce tout court, aux yeux de Fabrice Antoncic, le nouveau président des Vitrines de Rouen, l'Association des commerçants et artisans de Rouen. « *Le patrimoine commercial fait partie de l'ADN de cette ville, souligne l'entrepreneur. L'équilibre entre les petites boutiques et les grandes marques constitue la richesse du commerce rouennais. Cette culture de la diversité se conforte depuis de nombreuses années.* » L'Umih (Union des métiers et des industries de l'hôtellerie) est guidée par la même philosophie. Son président, Philippe Coudy, l'affirme : « *Indépendants ou chaînes, c'est exactement le même métier. L'innovation vient souvent de la petite structure, sa créativité inspire le grand groupe.* » Pour Bruno Bertheuil, adjoint en charge du Commerce : « *nos commerces de proximité sont un atout pour l'attractivité de notre ville. Leur diversité, leur savoir-faire, sont une chance pour Rouen. Ils font la fierté de tous les Rouennais* ».

FC



AVEC L'OCAR

Ocar, pour Office du commerce et de l'artisanat rouennais. Sa vocation : promouvoir, développer et dynamiser l'offre commerciale et artisanale de la ville, coordonner et mutualiser les actions, impulser des animations et des services. Âgée de trois ans, cette association partenariale regroupe la Ville (qui alloue une subvention de 105 000 € pour 2019), le Département, les Chambres consulaires, Rouen Shopping et les Vitrites de Rouen, l'Office de tourisme, quelques comités commerciaux... Outre les 2 éditions de la braderie de Rouen, l'Ocar organise la grande parade de Noël, dont la 1^{re} édition en 2018 a connu un spectaculaire succès populaire. Malgré la pluie, plus de 30 000 personnes ont assisté au défilé des 10 chars et de la centaine de danseurs.

MERCI DE RESTER EN LIGNE

Conjuguer commerce à distance et commerce de proximité, c'est possible. La preuve avec ce cyberallié du commerce rouennais : **le site web des Vitrites de Rouen, www.vitrines-de-rouen.com**. Son moteur de recherche permet d'accéder à l'offre de la ville en s'orientant par secteur, par marque ou par public (jeunes, hommes, femmes, seniors). Le site www.vitrines-de-rouen.com déroule la liste des 180 boutiques et restaurants qui acceptent les chèques cadeaux de l'association, en vente en ligne au prix de 10 € ou 15 € l'unité. Autre partenaire particulier de l'e-commerce, Rouenshopping. Comme l'indique son président Philippe Depréaux, l'association possède le statut de pionnière en la matière : « en 1997, on a été le premier portail Internet de France à fédérer des commerçants. Cela nous a valu à l'époque une réception au ministère, où notre initiative a été saluée. Plein de villes nous ont contactés pour se renseigner. Nous ne sommes pas restés les premiers bien longtemps ! » Depuis vingt-deux ans, donc, **Rouenshopping.com distille une information complète, actualisée et indépendante** sur le commerce et les magasins de la ville. Rouenshopping.com, qui met en avant une sélection de sites e-commerce rouennais, prend soin de délivrer une **foule de renseignements pratiques** pour simplifier le déplacement à Rouen. À savoir, la localisation des parkings, des marchés, des stations Cy'clik, des distributeurs automatiques de billets...

Les forces de l'union

Pour s'étoffer et résister aux difficultés conjoncturelles, le tissu commercial rouennais s'appuie sur des chaînes... de solidarité. Puisque dans ce milieu-là les parcours sont par nature fragiles, le regroupement n'a pas de prix. Une institution historique incarne le sens collectif : la Chambre interprofessionnelle du commerce, créée dès 1894, qui relie des syndicats professionnels et des unions commerciales. Elle est présidée par Philippe Depréaux, à la tête de deux associations clés sur l'échiquier local : la Concentration des comités commerciaux de Rouen (3CR, fondée en 1955) et la Chambre commerciale et artisanale de Rouen (CCAR, lancée en 1970). À elles deux, elles fédèrent plus de 800 commerçants. « *Nous œuvrons vers les consommateurs, par la promotion et l'information, et vers les commerçants, par l'accompagnement, sur les questions de sécurité sociale par exemple* », fait valoir Philippe Depréaux. La CCAR agit sous le nom Rouen Shopping. Son opération « Rouen centre du monde » à l'occasion de l'Armada (photo) illustre sa capacité à dynamiser la ville (580 commerçants impliqués, 1 280 participants au jeu). Pour souder la grande famille des acteurs du



commerce, Rouen possède un autre atout : les Vitrites de Rouen, "pseudonyme" de l'Association des commerçants et artisans de Rouen. Née en 2010, l'Acar compte 520 adhérents et réunit sous sa bannière des indépendants, des franchisés, des succursales. On lui doit le retour, après 23 ans d'absence, de la tradition de la course des garçons de café ; la 2^e édition a mis aux prises 40 concurrents le 22 septembre place du Vieux-Marché. Le « Concours de la tarte aux pommes », proposé pour la 4^e année en préambule à la Fête du ventre, porte lui aussi la signature des Vitrites de Rouen.

Centres historiques

Réunissant un nombre important d'enseignes, des clients réguliers et des facilités de stationnement, les centres commerciaux, même en ville, continuent de se réinventer pour rester attractifs. Panorama rouennais.



Il faudra un peu moins de douze mois à Saint-Sever pour terminer sa mue : moderne et confortable, le centre gagne aussi en image de marque.

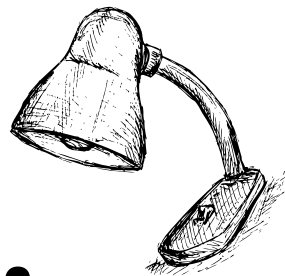
● **Saint-Sever.** C'est le plus gros centre commercial en termes de visiteurs. Cette année, la fréquentation du centre atteindra 9,5 millions de personnes, « en hausse de 12 % », selon Gauthier Har-douin, le directeur. Les travaux de res-structuration menés par le propriétaire Wereldhave devraient continuer de booster les lieux. La 2^{de} phase du chantier, démarrée en septembre pour un montant de 15 M d'€, va harmoniser faux plafonds, sols et éclairages et donner à Saint-Sever l'écrin qu'il mérite. Moderne, confortable et accueillant, le centre espère ainsi élar-gir sa clientèle, séduite par les nouveaux

restaurants et le cinéma.

● **Docks 76.** Repris en 2016 par Wereldhave, ce centre se distingue par ses enseignes exclusives. Avec 5 millions de passages à l'année, il fait partie des poids lourds. Bonne nouvelle pour les riverains, la halle laissée vacante par Toy'R'Us va être occupée par une moyenne surface. Carrefour y est annoncé, aux côtés de « halles marchandes de proximité », se- lon François-Charles Luxor, directeur des opérations chez Wereldhave. De quoi re- donner aux Docks 76 la « locomotive » alimentaire, nécessaire à la bonne santé des centres commerciaux.

● **Espace du Palais.** Avec ses 3,2 millions de visiteurs annuels, l'Es- pace du Palais bénéficie de la seule Fnac dans un rayon de 35 km, mais aussi d'un alimentaire, l'urbain U-tile. Avec une circulation repensée et d'importants tra- vaux menés par le propriétaire Redevco, le centre a pris le virage de la modernité.

● **Saint-Marc.** Plus confidentiel, ce centre jouit pourtant d'un Intermarché attractif dans un quartier dynamique. Complémentaires des indépendants, les centres commerciaux en ville permettent d'envisager de faire l'ensemble de ses achats dans un petit rayon. LV



Enseignes urbaines

On les croyait disparues des centres-villes et installées durablement dans les périphéries. Mais les grandes enseignes signent leur grand retour dans les cœurs urbains, en quête d'une nouvelle clientèle, à fort pouvoir d'achat.



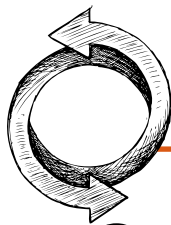
prime. Les 1200 m² devraient ouvrir leurs portes au début de l'année 2020, avec des clients qui trépignent déjà dans leurs baskets ou sur leurs tapis de yoga. De plus petites surfaces pour ces grandes enseignes, qui cherchent à se réinventer dans la proximité. LV

CDAC : QU'EST-CE QUE ?

Avant toute nouvelle implantation – ou tout projet d'extension – concernant une surface commerciale d'au moins 1000 m², chaque exploitant doit déposer un dossier auprès de la Commission départementale d'aménagement commercial (CDAC). Autour de la table pour analyser la candidature, une dizaine de personnes, dont les élus locaux de la commune concernée et des représentants civils de la protection des consommateurs, du développement durable et de l'aménagement du territoire. Présidée par le préfet, la CDAC se réunit en fonction des dossiers déposés. Il s'agit de mesurer l'impact d'un nouveau commerce sur l'emploi, l'animation du quartier et le développement économique d'un secteur géographique. À Rouen, c'est cette même CDAC qui a notamment signé, en septembre, l'autorisation d'implantation du très attendu magasin Primark dans les anciens locaux du théâtre Duchamp-Villon sur la rive gauche. Environ 4800 m² investis par le géant de l'habillement, qui devraient ouvrir leurs portes en 2020. ●

Avant, pour aller chercher une paire de tennis ou un appareil électroménager, il fallait d'abord s'installer au volant de son véhicule pour rejoindre de grandes zones commerciales périphériques. Mais c'est peut-être de l'histoire ancienne. Car les grandes enseignes réinvestissent en ville, à Rouen comme d'autres grandes villes de France. La capitale normande pouvait déjà se targuer de compter sur l'un des premiers Darty urbain du pays, de la toute première boutique Free ou même de l'arrivée d'un comptoir Boulanger dans son hypercentre. Et la dynamique enclenchée continue, boostée en premier lieu par les moyennes surfaces alimentaires – avec un phénomène notable des magasins bio –, qui cherchent à tout prix

à se rapprocher de leurs clients plus citadins. Ainsi, Intermarché a « remporté » l'ancienne case commerciale d'Auchan, tout en bas de la rue Jeanne-d'Arc. Avec des vues futures sur la gare et une surface très porteuse rue Écuyère, la franchise confirme sa bonne implantation à Rouen. Autre arrivée annoncée en hypercentre, celle de Decathlon, en lieu et place de l'ancien Flunch rue des Carmes. Une stratégie mise en place au national par le géant sportif avec déjà quelques concepts « city » qui font leurs preuves à Nice, Paris, Lyon, Lille ou Bordeaux. Dans ces surfaces, plus petites que celles de l'enseigne en périphérie, Decathlon mise tout sur le service et l'animation, avec des équipes de coachs sportifs en



Vrai ou faux ?

Comme pour chaque corps de métiers, le commerce et l'artisanat ont, eux aussi, des idées reçues qui leur collent à la peau par rapport au stationnement, à l'amabilité, à l'automobiliste qui serait plus consommateur que le piéton. Qu'en est-il réellement ?

On dit que *les commerçants sont désagréables*

REGARD

Pierre-Vincent Langlois, président de l'Ocar (Office du commerce et de l'artisanat de Rouen)

On ne peut pas dire cela. En effet, par essence, un commerçant a le sens de l'accueil et du conseil. C'est son fonds de commerce quotidien. S'il râle et reçoit mal les clients, alors ce n'est pas un bon commerçant. Et les gens ne s'y trompent pas. Le bouche-à-oreille va très vite et il est rare que de telles personnes durent dans ce métier en se comportant de la sorte. Le Prix de l'Accueil, qui est organisé chaque année à Rouen, prouve le contraire. Les artisans et les commerçants sont toujours

plus nombreux à participer. Ils jouent le jeu et apprécient cette manifestation qui leur permet d'être valorisés auprès de la clientèle et de montrer aux Rouennais qu'ils sont très attentifs à l'accueil, au conseil et aux services qu'ils leur apportent quotidiennement. Et les artisans et commerçants qui sont récompensés chaque année, en novembre, méritent amplement leur prix. ●



© F. Coraichon

On dit que *les métiers rares ont disparu*



réponse

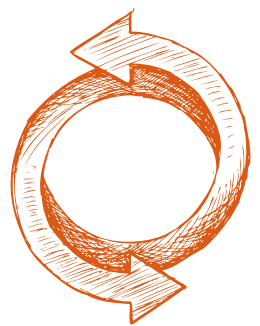
D'EXPERT

CHRISTOPHE DORÉ

PRÉSIDENT DE LA CHAMBRE DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT 76

Les gens pensent que les métiers dits « rares » disparaissent. Parmi eux, l'on peut citer les vitraillistes, les doreurs sur bois, les enlumineurs sur bois, les argenteurs, etc. À Rouen, nous avons la chance d'avoir un patrimoine architectural qui est très riche et qui permet à ces métiers « rares » d'exister. On peut même parler d'une culture « roueno-rouennaise » qui se développe aussi à travers la céramique dont un pôle s'installera l'année prochaine à l'âtre Saint-Maclou. Grâce à ce patrimoine, Rouen possède de

vraies pépites. Nous avons des doreurs sur livre et sur bois, des joailliers, des vitraillistes, des argenteurs, des tailleurs de pierre et des sculpteurs sur pierre. Ce savoir-faire peut également s'exprimer à travers des entreprises locales qui ont l'habilitation pour travailler à la restauration des monuments. Le rôle de la chambre de Métiers et de l'Artisanat est de faire en sorte que ces métiers ne disparaissent pas en les valorisant auprès des jeunes et de leurs familles et en encourageant la transmission.



On dit qu'il faut se garer tout près

La réponse du spécialiste

Olivier Razemon, journaliste, spécialiste des mobilités au quotidien *Le Monde* et auteur de *Chronique impatiente de la mobilité quotidienne* et de *Comment la France a tué ses villes* (éd. Rue de l'Échiquier)

C'est une croyance forte et la plus répandue quand on parle de stationnement. On ne peut pas mettre toutes les voitures au même moment au même endroit, ce serait invivable pour tout le monde. Il faut donc réguler le stationnement en centre-ville. Certains commerçants se focalisent encore sur l'automobiliste qui a un gros coffre et qui vient de loin. Mais on vient aussi en ville pour profiter du paysage urbain qui est magnifique à Rouen. Je ne dis pas qu'il faut tout piétonniser. Il faut en revanche permettre à tous d'accéder facilement à pied aux zones piétonnes. Et il faut expli-



M. Massole

quer aux automobilistes qu'ils peuvent se garer et où. Les parkings-relais en lien avec les transports en commun sont une bonne solution. C'est une simplification de l'accès au centre-ville qui n'est pourtant pas toujours perçue comme telle. Mais en réalité, quand vous prenez les transports en commun, vous n'avez plus à vous soucier de votre voiture. C'est tellement agréable ! Et quand les décideurs vous disent qu'on ne peut pas faire sans la voiture, c'est qu'ils généralisent leur situation individuelle. C'est une erreur. C'est en sortant justement de sa voiture et en essayant de se déplacer autrement que l'on comprend bien mieux les choses.

On dit que **Rouen, c'est pas zéro déchet**



DR

Mot de BÉNÉVOLE

Marie-Armelle, bénévole de l'association Zéro déchet.

Nous avons prouvé le contraire en relayant l'action nationale « Le marathon des commerçants Zéro déchet » organisé par Zero Waste France, dont notre comité local dépend. Du 18 au 26 mai, nous avons été voir 68 commerçants de Rouen et de son agglomération. Trente-neuf ont accepté la démarche Zéro déchet. Elle consiste à accepter les contenants – sacs à vrac, boîtes en verre, bocaux –, quand on fait ses courses chez eux. Ils sont identifiés par un autocollant sur leur vitrine. On les retrouve principalement dans les quartiers Saint-Marc, Vieux-Marché et Saint-Sever. Nous avons répertorié toutes les adresses de ces commerçants sur une carte disponible sur notre site Internet : <https://zerodechetrouen.org>



On dit que les automobilistes sont de meilleurs clients

REGARD



Olivier Schneider

président de la Fub, fédération française des usagers de la bicyclette

Différentes études réalisées en Europe et en Amérique du Nord ont démontré le contraire. Contrairement à ce que certains commerçants peuvent penser, les clients les plus rentables ne sont pas les automobilistes. En 2003, la Fub a mené une étude qui, depuis, fait référence sur le sujet. Les résultats montrent en effet qu'un automobiliste dépenserait en moyenne 27 % de moins qu'un piéton, 12 % de moins qu'un cycliste et 3 % de moins qu'un usager des transports en commun. Pourquoi ? Parce qu'en centre-ville, on y fait ses courses tous les jours ! En dehors du fait que le vélo et la marche sont bons pour l'environnement et la santé, c'est également très bon pour le commerce de proximité. On s'arrête beaucoup plus facilement chez les commerçants. On rencontre des amis, des collègues, des voisins et on s'arrête pour boire un verre. Si les piétons et les cyclistes dépensent moins quand ils sont en magasin, en revanche, ils reviennent beaucoup plus régulièrement et plus fréquemment. À pied ou à vélo, on achète davantage de produits frais, des fruits, des légumes. On change notre façon de consommer. Il y a moins de gâchis alimentaire. Le panier moyen au final est plus élevé que celui d'un automobiliste. ●



Mai et septembre: braderies

La braderie, c'est une institution rouennaise. Deux fois par an, au printemps et en automne, les commerçants qui le souhaitent investissent la rue pour écouler leurs stocks à prix cassés. Souvent accompagné d'animations, l'événement, organisé la plupart du temps sur 2 jours, attire de nombreux clients en quête de bonnes affaires. Et si les indépendants tiennent la corde, beaucoup de grandes enseignes jouent elles aussi le jeu de ce grand déballage.



© F. Coraichon

Été et hiver: soldes

Opération nationale, la période des soldes, c'est 6 semaines de réductions dans toutes les boutiques. Fixé pour la France entière, le calendrier propose un début à la fin juin pour celles d'été et au début janvier pour celles d'hiver. Côté réglementation, le commerçant doit proposer des articles déjà en vente depuis au moins 1 mois et disposer des mêmes conditions de retour que pour ses produits classiques.

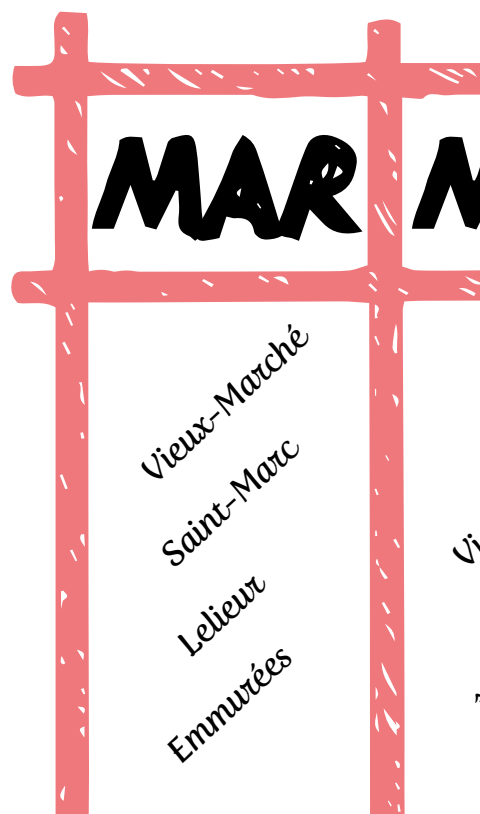
Marchés pas communs

Il rythme le quotidien des Rouennais : les marchés de la ville sont, presque tous les jours, au plus près de l'habitant. De quartier en quartier, les camelots débballent leurs marchandises et animent la vie du secteur. Petit tour d'horizon.

Le plus connu ? Certainement Saint-Marc, « le clos » pour les — nombreux — intimes. On y déambule les mardi, vendredi, samedi et surtout le dimanche, où les terrasses de la place s'emplissent et font la réputation de tout le quartier. L'historique ? Assurément le Vieux-Marché, avec des commerces sédentaires, qui proposent fromages, fruits, légumes

et poissons du mardi au dimanche et des étals supplémentaires qui viennent compléter cette offre assez haut de gamme. Le dernier-né ? Châtelet, inauguré en 2014 et qui confirme, semaine après semaine, toute son importance pour les habitants. Le plus petit ? Lelieur, avec des 2 ou 3 commerçants, présents 2 fois par semaine. Le plus court ? L'île Lacroix, où les commerçants sont présents de 8 h à 12 h 30, les mercredi et samedi. À noter que, sur les 12 marchés de Rouen, 1 seul n'est pas hebdomadaire. Il s'agit du marché à la brocante, proposé 1 semaine sur 2 le long de la rue Eugène-Boudin.

INFOS : Rouen.fr/marches



Octobre: Fête du ventre

C'est la cerise sur le gâteau rouennais. En octobre, le quartier du Vieux-Marché se fait cœur de la gastronomie locale. On s'y empresse depuis le coin de la rue ou l'autre côté de la Terre pour y déguster goujons à la pomme et autre tartiflette normande. Et craquer pour les larmes de Jeanne-d'Arc et les macarons de Grand-mère Auzou. Déjà 20 éditions au compteur et pas une ride.



Septembre: Course des garçons de café

Une curiosité qui attire de nombreux badauds, ébahis devant les talents d'équilibriste des garçons de café, chargés de leurs plateaux de service. La course des garçons de café anime les alentours de la place de la Pucelle au mois de septembre.



Décembre: Grande parade

Après l'énorme succès de la 1^{re} édition, la Grande parade reviendra animer l'hiver rouennais. Rendez-vous dimanche 8 décembre pour admirer le défilé des personnages les plus emblématiques de la saison des fêtes. Père Noël compris!

Novembre: Rouen givrée

Spécificité rouennaise, les animations hivernales de Rouen givrée font le bonheur des grands et surtout des petits tous les mois de décembre. Village et marché de Noël sur le parvis de La Cathédrale, patinoire et grande roue du côté de la place du Vieux-Marché, et animations et spectacles pour toute la famille. Orchestré par la Ville depuis douze ans, Rouen givrée attire de plus en plus de visiteurs, en quête d'enchantement saisonnier.

PRIX DE L'ACCUEIL

Chaque année, les commerçants et artisans rouennais les plus accueillants sont récompensés lors d'une grande cérémonie, qui se déroule cette fois-ci à la Halle aux Toiles le jeudi 7 novembre. Le concours, piloté par la Ville, permet de récompenser quinze gagnants, présents sur quatre secteurs rouennais, et un Grand Prix, grâce au travail de fourmi des clients mystères, anonymes et neutres. Un Prix du Public est également décerné, suite à un vote en ligne mis en place sur Rouen.fr. Preuve de la popularité du Prix de l'Accueil, tous les records de participation en ligne ont été battus lors de cette édition 2019 (plus de 1 800 votes au 1^{er} octobre, NDR). Chacun peut encore participer à l'élection de son commerce préféré jusqu'au 28 octobre. Un tirage au sort parmi les votants désignera le gagnant d'un week-end à Barcelone. L'an dernier, c'est la boutique Éric Bompard, située rue aux Juifs, qui avait remporté le Grand Prix. Et cette année, quel sourire s'affichera en grand chez les commerçants et artisans de Rouen? ●

INFOS : Rouen.fr/prix-accueil

MER JEU VEN SAM DIM

Vieux-Marché

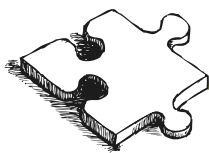
Île Lacroix

Châtelet
Boulingrin
Vieux-Marché
Saint-Clément
Emmurées

Marché
à la brocante
Cauchoise
Saint-Marc
Vieux-Marché
Lelieur

Île Lacroix
Grand'Mare
Vieux-Marché
Marché des saveurs
Saint-Marc
Emmurées

Saint-Marc
Vieux-Marché



Esprit, es-tu



Relations au beau fixe

Un esprit de quartier, c'est comme un bon petit plat. Pour qu'il soit réussi, il faut y mettre les bons ingrédients et prendre le temps de le préparer. À Rouen, 23 comités et associations de commerçants animent la vie de leur quartier. Ce travail de longue haleine requiert de l'énergie et du doigté pour fédérer les uns et les autres autour de projets. « *Un esprit de quartier, ça s'entretient, explique Geneviève Hugli-Gobin, présidente du comité Massacre depuis vingt-cinq ans. Ici, nous avons la chance d'avoir de bonnes relations les uns avec les autres. Tout le monde est disponible, l'ambiance est agréable.* » Très remarqués cet été par l'installation de transats devant les vitrines, les 18 commerçants de la rue (en photo ci-dessus, NDLR) font perdurer l'esprit de quartier déjà présent au début du XX^e siècle, comme en témoignent deux photos datées de 1909, visibles dans la Boutique d'Henri. Les guirlandes de fleurs pavoisaient alors la rue et un grand panneau affichait un message de bienvenue. Aujourd'hui, les projets continuent de fleurir avec les décors impressionnistes ou la mise en place de thèmes déclinés par saison. « *On peut faire des petites choses qui ne coûtent pas cher*, souligne Geneviève

L'Agnel pour consommer autrement

L'agnel est une monnaie locale citoyenne papier lancée en 2015. Un agnel est égal à un euro. La seule différence avec l'euro est qu'elle ne peut s'utiliser que sur un territoire précis. Depuis sa création, 200 prestataires l'acceptent sur Rouen, mais également à Dieppe, Évreux, Louviers et Bernay. Plus de mille personnes l'utilisent. Cette monnaie permet de créer un véritable lien entre les consommateurs et les producteurs, de redonner le contrôle de sa consommation à l'utilisateur. L'intérêt de l'agnel est qu'il est dépensé localement et réinjecté immédiatement dans l'économie locale. Cette solidarité économique permet de fixer les emplois sur un territoire. De nombreux commerces de bouche, de producteurs tout comme la librairie indépendante l'Armitière fidélisent une partie de leur clientèle grâce à cette monnaie locale. Pour s'en procurer, seule une adhésion à l'association est requise.

Toutes les modalités d'utilisation sur
www.monnaie-agnel.fr

Hugli-Gobin. *Ce serait tellement agréable que la ville soit toute décorée par ses commerçants.* »  GF

là ?

SAINT-JULIEN



© G. Flamin

Village dans la ville

Quand il parle de son quartier, Guillaume Dartois (*ci-dessus*) est intarissable. Installé place Saint-Clément, le coiffeur rouennais est l'artisan commerçant le plus ancien du quartier Saint-Julien, où il travaille depuis quatorze ans. Avec le recul, il estime que les artisans et les commerçants ont un rôle important à jouer pour faire vivre leur quartier : « Rouen, c'est une ville, mais c'est avant tout des quartiers ! Et un quartier perd son âme quand il perd ses commerçants. Dans la rue Saint-Julien, chacun d'entre eux a un savoir-faire dont tout le monde a besoin, qui perdure malgré les changements de propriétaires. » Comme le décrit Guillaume Dartois, ce village dans la ville où il fait bon vivre tire également sa convivialité de sa mixité : « c'est un tout en fait et c'est ce qui fait la beauté de notre quartier. Les cinq écoles à proximité permettent de tisser des liens avec les parents. Les habitants de la rue se croisent régulièrement au Jardin des plantes qui est à deux pas. On voit toujours les mêmes têtes, et même si l'on n'est pas consommateur chez l'un ou chez l'autre, on se dit bonjour, on s'arrête pour échanger quelques mots. »

EAU-DE-ROBEC



© G. Flamin

Entraide et respect

La rue Eau-de-Robec possède un comité de commerçants très actif. Une communauté, comme le déclare Michel Magne (*ici à droite*), l'un de ses membres, au sein de laquelle règne une ambiance unitaire. Elle s'est forgée petit à petit. Il y a encore vingt ans, on comptait les commerces sur les doigts d'une main. « J'ai vu changer la rue, explique Sylvain Picard (*ci-dessus à gauche*), patron du Son du Cor. Plus les cases sont animées, plus elle est dynamique. » Caractérisée par la présence de nombreux bars et restaurants, cette voie piétonne ne connaît pas la concurrence. « On est une équipe et chacun respecte le commerce de l'autre, souligne Sylvain Picard. Au contraire, cela nous pousse à nous améliorer. Il y a de la cohésion et de l'entraide. Le thé vient de Couleur Café. Tout ce que l'on peut acheter au marché du Robec, on l'achète. » Cette entente va même plus loin puisqu'elle englobe les riverains. « On respecte leur rythme de vie et on leur a déjà demandé de participer à des projets », précise Michel Magne. Les voisinades en sont un bel exemple, permettant aux riverains et aux commerçants de se retrouver autour d'une grande table pour faire connaissance.

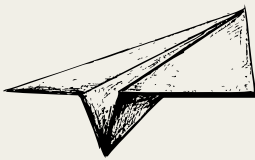
CAUCHOISE



© G. Flamin

Ambiance populaire

Si certains comités sont actifs, d'autres ont disparu. Les initiatives personnelles ont pris le relais, comme locomotives pour dynamiser leur quartier. C'est le cas de Michaël Féron (*photo*). Depuis treize ans, Le Rêve de l'escalier attire des férus de livres et une clientèle intéressée par ses propositions culturelles. Ses initiatives permettent même à certains de découvrir la rue Cauchoise. « Elle pourrait être encore plus alléchante, confie Michaël Féron. Aujourd'hui, les étudiants de la résidence du boulevard des Belges y restent de plus en plus pour ses bars. Il y a aussi des commerces de bouche, des restaurants, un fish and chips et d'autres petits commerces. La mixité sociale de la population crée une très belle ambiance. Ce que j'apprécie, c'est son côté populaire. Foncièrement, c'est une rue qu'on aime. Mais elle mériterait d'être plus connue. » Michaël Féron souhaiterait que d'autres activités, complémentaires des siennes puissent être développées et portées par davantage de commerçants. S'il fait figure, avec quelques autres, de porte d'entrée, il n'y a plus qu'à pousser cette dernière pour découvrir les richesses qu'offre la rue.



GROUPE DES ÉLUS SOCIALISTES ET APPARENTÉS

Rouen aime ses commerçants !

Le tissu commercial rouennais est riche, varié. Il fait notre fierté. Trois mille commerçants et artisans animent la ville, contribuent à son attractivité, à son rayonnement. Antiquaires, restaurants, boutiques de vêtements... ils attirent chaque année des millions de chalands venus de toute la Seine-Maritime, des départements voisins, ou même du monde entier, pour le plaisir d'acheter des produits du quotidien ou l'objet rare, dans un cadre patrimonial d'envergure. À Rouen, malgré les difficultés récentes, le nombre de commerces demeure important, faisant de notre territoire la principale zone commerçante de Normandie. Ces derniers mois ont été difficiles pour le commerce local. C'est pourquoi la Ville et la Métropole ont tenu à associer les représentants des associations commerçantes, les chambres consulaires, afin de mettre en place des actions tout au long de l'année 2019 pour redynamiser le commerce. Après la catastrophe Lubrizol, Rouen saura rebondir et poursuivre son développement. D'ores et déjà, la Fête du ventre, la Foire Saint-Romain, ou encore Rouen Givrée permettront à notre territoire d'attirer et d'accueillir de nombreux habitants de la métropole et d'ailleurs ! **Contact : www.rouensocialiste.fr**

DÉCIDONS ROUEN CITOYENNE & ÉCOLO

Confiance et attractivité pour un commerce de proximité

Les récents événements sur le site Lubrizol ont atteint l'image de notre Ville sans autre commune mesure. La proximité de cette industrie et le risque avéré qu'elle représente auront de lourdes conséquences sur l'attractivité de notre territoire. Seul un projet conséquent sur l'ensemble de notre territoire communal et Métropolitain pourra nous permettre de dépasser cela. C'est pourquoi il nous faut penser la Ville de demain :

La Ville de demain, est une ville en transition, une ville où il fait bon vivre, où les commerces s'épanouissent dans la proximité, avec les habitants, dans le respect de l'environnement et le développement de filières courtes. Une ville où les transports en communs sont efficaces, plus accessibles, voire gratuits. C'est une ville qui permet à ses riverains une appropriation sereine, et donc une ville qui fait la part belle à la marche, au vélo, qui priorise la santé de ses habitants en harmonie avec les différentes activités qui y sont implantées. C'est aussi une Ville qui pense au pouvoir d'achat de ses habitants et qui par la transition, saura le préserver. **Contact : decidonsrouen.fr**

GROUPE DES ÉLU·E·S COMMUNISTES

Lubrizol: exigeons vérité et transparence

L'incendie de Lubrizol est une catastrophe écologique et sanitaire majeure. Inquiétudes et colères sont légitimes face à la gestion de crise de la Préfecture et les retards à divulguer la nature des substances chimiques parties dans l'air et leurs conséquences en termes de santé et d'environnement. Un suivi sanitaire des habitant·e·s et salarié·e·s, de l'état des cultures, s'impose avec une transparence totale sous le contrôle d'experts indépendants. L'État doit contraindre sans attendre les procédures judiciaires, les dirigeants de Lubrizol à assumer la réparation financière à la hauteur des préjudices subis. Tout comme le gouvernement doit revenir sur sa décision de supprimer les CHSCT au sein des entreprises, et d'alléger les normes de contrôle pour les sites industriels, fragilisant les moyens de prévention qu'il faut au contraire renforcer. Aucune mesure d'économie sur les exigences de sûreté d'une usine Seveso n'est justifiable, encore moins quand elle appartient à un multimilliardaire comme Warren Buffett. Tirons tous les enseignements pour prévenir à l'avenir un accident de cette ampleur au cœur de notre Métropole ce qui supposera aussi de réinterroger notre aménagement urbain. **Contact : <http://eluspcfrouen.wordpress.com>**

GROUPE ROUEN AU CENTRE

Le Commerce est aussi victime !

Après les travaux et les gilets jaunes voilà la catastrophe de Lubrizol qui vient impacter la vie commerciale des 3 000 entreprises de Rouen ! Notre soutien est absolument nécessaire pour que nous puissions conserver ce plaisir de déambuler dans nos rues historiques pleines d'activités. Bien sûr la note sera à présenter au pollueur et l'aide de l'État sollicitée mais dès à présent soyons solidaires et privilégions nos achats auprès du commerce de proximité. **Contact : contactgrouenaucentre.fr**

GROUPE LES RÉPUBLICAINS - ROUEN C'EST VOUS

Le commerce Rouennais sinistré

Le commerce Rouennais va très mal. Déjà impacté par une surfiscalité locale, des travaux à n'en plus finir et des Gilets jaunes qui reviennent, les commerçants voient leurs bénéfices s'effondrer, sans parler de la répression abusive sur le stationnement. Voilà maintenant la catastrophe chez Lubrizol, et les rues sont désespérément vides. Les Rouennais ont peur, à juste titre. Rien n'est fait pour les rassurer : communication à minima ou désastreuse. Les autorités envisagent d'indemniser les agriculteurs et les particuliers. Pas un mot pour les "commerçants" qui comme d'habitude ramasseront les miettes de la politique économique inefficace et dispendieuse menée par Mr Yvon Robert Maire de Rouen et Président de la Métropole. **Contact : lesrepublicainsrouen@gmail.com**

GROUPE RN ROUEN BLEU MARINE

Les commerçants, victimes directes de la politique de gauche !

La stratégie de mobilité des socialistes et des écologistes à Rouen résonne comme une catastrophe pour beaucoup de commerçants de la ville. Leur but avéré est de supprimer le plus de places de stationnement possible jusqu'au strict minimum légal, cela a déjà commencé et se poursuit encore. Ainsi, nombre de clients de l'agglomération ne peuvent plus se garer faute de places et de parkings saturés, annulant leurs réservations chez les restaurateurs ou préférant se rabattre sur les zones commerciales aux alentours. Cette politique est une aberration totale pour le commerce qui perd une clientèle précieuse aux profits des grandes enseignes périphériques.

Les élus du Rassemblement National demandent de stopper cette hémorragie et souhaitent accroître le nombre de places de stationnement autour des rues commerçantes ou sur des parkings gratuits aux pourtours immédiats de Rouen. Après avoir subi des travaux qui n'ont eu qu'une vocation électorale, les commerçants sont entravés dans leur travail par des décisions politiques et idéologiques. Nous leur apportons notre soutien le plus franc contre ces élus de gauche inconséquents. **Contact : contact@rassemblement-national76.fr**

Le goût des nôtres



Menu du jour

Avec quelque 700 bars et restaurants à Rouen, chacun peut trouver son bonheur. Si certaines maisons perpétuent la tradition, d'autres enseignes apparaissent au gré des modes.



Qu'elles soient japonaise, italienne ou marocaine, les cuisines du monde sont bien implantées à Rouen.

🌀 **Local.** Plus qu'une tendance, la cuisine faite avec des produits frais, régionaux et de saison s'impose dans les cuisines des restaurants rouennais. « Ceux qui ne travaillent pas de cette façon ne restent pas longtemps ouverts », témoigne Philippe Coudy, le président de l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie de Seine-Maritime. Sur certaines vitrines d'établissements on trouve le label « Fait maison », qui donne un indice sur la qualité des plats préparés, ou du moins sur leur authenticité.

🌀 **D'ailleurs.** Les restaurants japonais sont présents en centre-ville, aussi bien rive droite que rive gauche. Rouen ne fait pas exception à une tendance nationale, et même mondiale, tant leur nombre ne cesse d'augmenter depuis

2000. En France, 22 % de la population déclare manger des sushis au moins une fois par mois. « D'une manière générale, la ville compte bon nombre de restaurants italiens, asiatiques ou ethniques en plus de la cuisine française, il y en a pour tous les goûts », confirme Philippe Coudy.

🌀 **Ouvertures.** Un coup d'œil sur la liste des dernières ouvertures de restaurants et commerces de bouche donne une indication claire : les kebabs, sandwicheries et fast-food ont toujours le vent en poupe. Ils représentent près de la moitié des créations depuis le mois de juin 2019. Et puis il y a les restaurants concept, comme Yūgō, qui mélange les saveurs nippones et péruviennes (lire p. 30). Une vraie tendance avec des ouvertures à Paris et dans les grandes ca-



ET AUSSI

Étoiles filantes

À Rouen, c'est bien connu, on mange bien. Et même très bien d'après le guide Michelin, qui a attribué deux étoiles au restaurant Gill, et une étoile aux restaurants L'Odas et Rodolphe. Trois établissements du centre-ville, trois histoires à raconter par le menu. D'abord l'historique, Gill, situé quai de la Bourse, avec Gilles Tournadre à la baguette. Bientôt trente années que la maison maintient son niveau d'excellence en alliant produit du terroir normand et recherche de nouvelles saveurs. Son pigeon à la rouennaise reste un incontournable.

Au pied de la cathédrale, passage Maurice-Lenfant plus exactement, se dresse L'Odas. Le chef Olivier Da Silva chasse d'entrée les notions de tradition ou de modernité pour se consacrer sur l'intention, au rythme des émotions des clients. Un demi homard à la plancha, navets cuits et crus, orange et romarin, ça vous tente ?

Rodolphe Pottier n'est déjà plus le petit nouveau, le talent précoce qui décrochait sa première étoile à 26 ans. Il a su confirmer toutes les promesses d'une cuisine créative et insolente, mariant les saveurs d'ici et du très loin là-bas. Le menu-surprise change chaque jour. L'expérience culinaire, elle, reste unique. ●

pitales du monde entier. Pour Philippe Coudy, « il faut tout de même faire attention avec des thématiques précises. Le client peut se lasser. Si sur une table de huit, un seul n'aime pas cette cuisine, c'est toute la table qui va ailleurs ». Comme souvent, tout est question de goût. FL



Label pomme

La Ville se porte candidate au « Label du réseau des villes créatives de l'Unesco », dans la catégorie « Gastronomie ». Une façon de mettre en avant la richesse locale en la matière? Oui, mais pas que...



© B. Cabot - photo d'archives

Circuits courts, produits frais et éducation au goût, la régie de restauration a tout pour séduire.

En novembre, un colloque est organisé à Rouen avec, parmi les invitées, les villes de Hanovre et de Parme notamment. Il y sera question du « Label du réseau des villes créatives de l'Unesco », une distinction pour laquelle les deux cités

sont déjà labellisées, en musique pour la ville allemande jumelée à Rouen, et en gastronomie pour la ville italienne. Ça tombe bien, c'est précisément cette dernière catégorie que vise Rouen. Bruno Bertheuil, adjoint en charge du

Commerce et des Relations internationales à la Ville, apportait quelques précisions au printemps dernier: « nous allons tenter d'intégrer ce réseau, en mettant l'accent sur trois axes: la santé, la transmission et la proximité ». Les produits locaux, les recettes et les traditions sont en effet déjà bien identifiés et reconnus dans le monde entier. L'obtention du label « Gastronomie » serait une première pour une ville française dans cette catégorie, et mettrait forcément la capitale normande et son tissu de professionnels de la santé, de la restauration et ses producteurs sous les projecteurs. Ces acteurs locaux du secteur de la gastronomie participent également au colloque et à la stratégie à mener pour l'obtention du label. Professionnels, universitaires et institutionnels vont donc nourrir le dossier de candidature, prévue pour 2021. Histoire que le processus se poursuive sans pépin. FL

TERRASSES DE CŒUR

Ce n'est pas parce que Rouen n'est pas la ville la plus ensoleillée qu'il ne faut pas profiter de ses terrasses. D'autant qu'**elles sont bien plus nombreuses qu'auparavant**, rajoutant au charme naturel rouennais et réchauffant encore son atmosphère. L'été, d'ailleurs, elles sont très prisées quand s'annoncent les Terrasses du jeudi. Le festival, organisé par le Kalif et la Ville, installe des scènes à proximité des bars et restaurants du centre-ville, et y propose des concerts gratuits. Derrière ces îlots extérieurs, souvent animés, **toute une réglementation (agencement, mobilier, horaires...) à respecter** pour les quelque 400 établissements qui possèdent une terrasse. Le **respect de la charte dédiée et le paiement du droit d'occupation commerciale** sont demandés par la Ville. Pour le client, c'est l'assurance de passer un bon moment dehors, en toute sécurité.

INFOS : Rouen.fr/installer-une-terrasse



© F. Lammé



La vie la nuit

Depuis quatre ans, la charte de la vie nocturne permet à la Ville, aux différents partenaires et à l'État de permettre à chacun de sortir se détendre tout en respectant la tranquillité des habitants.



© B. Cabot - photo d'archives

de la municipalité de développer une vie nocturne diversifiée, dynamique et harmonieuse, qui respecte la réglementation en vigueur et la tranquillité légitimement attendue par les habitants et qui, en même temps, privilégie la mise en œuvre d'actions concrètes en termes de prévention des excès et de réduction des risques sécuritaires et sanitaires », explique Jean-Loup Gervaise, adjoint chargé de la Tranquillité publique. Rouen montre ainsi depuis quatre ans qu'il est possible de faire la fête en ville sans pour autant déranger la sérénité des riverains. GF

INFOS : Rouen.fr/rouenlanuit

Vie nocturne. Si New York ne dort jamais, Rouen, si. Pas trop tard, en général. Et si l'on peut manger des pieds de cochon à toute heure à Paris, il est quand même possible ici de dîner moins tôt que nos cousins britanniques... Car la vie le soir et la nuit fait indéniablement partie de l'agrément d'une grande ville, après que les boutiques et les services ont fermé. C'est une occasion privilégiée pour se retrouver.

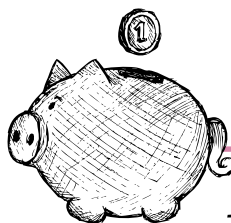
Charte. Pas facile de concilier d'un côté les envies de ceux qui aiment sortir et faire la fête avec les intérêts de ceux qui ont besoin de tranquillité la nuit. Afin que tout le monde puisse vivre en bonne intelligence et de façon respectueuse les uns envers les autres, la Ville a décidé de coucher les grands

principes de la vie nocturne sur le papier. Depuis le jeudi 21 mai 2015, la Charte de la vie nocturne, paraphée par la municipalité, l'État et différents partenaires, régit les nuits rouennaises. Il faut dire que ce document était nécessaire car avec ses 120 bars et discothèques, ses 200 restaurants et ses animations festives tout au long de l'année, Rouen s'est forgée depuis plusieurs années une image de ville qui bouge.

Vivre ensemble. Grâce à des commissions regroupant les acteurs de la nuit, les représentants des grandes écoles et de l'Université, des conseillers de quartiers, la TCAR et des clients potentiels, l'accent est mis sur la prévention, la confiance et la responsabilisation de chacun. « Cette charte réaffirme la volonté

JE CHERCHE ANGELA

Les commerçants luttent également contre le harcèlement de rue à travers le dispositif Angela. Ce dernier, mis en place par le Collectif féministe étudiant de Rouen, permet aux personnes harcelées dans la rue de trouver refuge dans l'un des bars et discothèques partenaires. Ils se reconnaissent par une affiche orange avec le slogan « Demandez Angela » sur leur devanture ou au bar. Ce prénom est un nom de code à donner au comptoir par toute personne qui se trouve, le soir, dans la rue, face à un inconnu qui se montre lourd, insistant voire menaçant. Le personnel de l'établissement lui permet de rester tranquillement dans le bar en toute sécurité, le temps de trouver un moyen sûr de rentrer chez elle. ●



Métiers à prendre

À Rouen, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat gère le CFA Simone-Veil, qui forme les futurs artisans, mais propose aussi un accompagnement à la reprise ou à la création d'entreprise.

Si Rouen compte autant d'artisans de qualité, c'est peut-être parce qu'ils ont été bien formés et bien accompagnés. C'est précisément la mission de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat de Seine-Maritime dont le siège se trouve dans la capitale normande. « D'une manière générale, nous ne formons pas juste pour former. Nous sommes aussi très attentifs à l'insertion dans le monde du travail, au passage de l'école à l'emploi », précise d'emblée Christophe Doré, le président de la CMA. Le Centre de Formation des Apprentis Simone-Veil, installé dans ses nouveaux locaux de la Grand'Mare, apprend aux métiers de fleuriste, charcutier-traiteur, boucher, boulanger-pâtisserie ou de vendeur. Du CAP au Brevet Technique des Métiers (BTM), 450 jeunes apprennent au quotidien dans l'établissement, mais aussi chez un employeur une bonne partie du

temps. « De plus, on constate un vrai lien entre les professionnels rouennais et le CFA, dont la plupart sont eux-mêmes issus », constate Christophe Doré. Formation toujours, pour les créateurs et repreneurs d'entreprises, et donc de boutiques, magasins ou ateliers. « Nous avons la chance d'avoir de très belles maisons à Rouen, qui ont parfois du mal à trouver un successeur. Là encore la Chambre des Métiers et de l'Artisanat peut mettre en lien repreneurs et cédants », poursuit le président. La ville compte aussi quelques artisans d'art, des métiers rares qu'il convient de perdurer. « Même si le CFA est éloigné, nous trouverons toujours une solution pour que le jeune suive la voie qu'il a choisie. » C'est également le sens des interventions de la CMA 76 dans les collèges, pour présenter les différentes filières. Devenir artisan, le meilleur moyen d'exercer ses talents. FL

ET AUSSI

Chez Fauchon

C'est officiel, le groupe d'épicerie fine Fauchon va s'installer à Rouen. C'est le célèbre traiteur qui a annoncé l'implantation de son école des arts culinaires dans la capitale normande en juillet dernier. Cinq mille mètres carrés dédiés, dans un bâtiment jouxtant l'Institut National de la Boulangerie-Pâtisserie (INPB), rive gauche. Pas moins de 800 étudiants pourront suivre un CAP, CQP, Bachelor, Master et Exécutive Master (jusqu'à Bac +5) dans les spécialités de boulangerie, pâtisserie, chocolaterie-confiserie, glacerie, cuisine, traiteur, bar ou encore service en salle. L'ouverture de cette école privée est programmée pour janvier 2021 et devrait abriter un incubateur pour des projets liés à la foodtech. Assurément une bonne nouvelle pour la formation des professionnels à Rouen.



© F. Lammé

LE CFA DANS TOUS SES ÉTATS

Dans le lumineux laboratoire de la boulangerie-pâtisserie, les apprentis dorment les viennoiseries du jour sous l'œil expert du professeur. Le tout nouveau **Centre de Formation des Apprentis Simone-Veil** de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat – il a été inauguré en septembre 2017 à la Grand'Mare – **prépare ses élèves aux métiers de bouche, à la vente et à la fleuristerie**. Ils sont environ 450 à le fréquenter en cette année scolaire 2019-2020, un joli succès populaire à l'heure où les filières professionnelles souffrent encore d'un déficit d'image et d'information. **Des jeunes qui se préparent à devenir les artisans d'ici et de demain.** « Si on ne parle plus trop de la formule, l'artisanat reste la première entreprise de France », sourit Christophe Doré, le président de la CMA 76. Le CFA accueille aussi des apprentis un peu moins jeunes : les personnes en reconversion. La filière charcuterie-traiteur peine à trouver des candidats (comme à l'échelle du pays), celle de la boulangerie-pâtisserie refuse chaque année des candidats, mais dans tous les cas, ces secteurs recrutent. L'activité va croissant.

INFOS : cma76.fr

Service compris



© F. Lamine

Reportage *Léo à table, restaurant situé à la Grand'Mare, propose une carte de qualité, avec souci du circuit court et du produit sain. L'établissement permet également à des personnes de se réinsérer dans la vie professionnelle.*

Fin de service chez Léo à table, situé rue Georges-Braque, sur les Hauts-de-Rouen. Les sept membres de l'équipe s'installent à leur tour devant les appétissantes assiettes du jour, les mêmes que celles servies aux clients du midi. Un restaurant comme les autres ? Oui dans sa forme de restaurant commercial, ouvert chaque midi. Mais pas vraiment quand on entre dans le détail de son fonctionnement. « Léo à table propose une formation-insertion par l'activité économique à ses employés, c'est aussi un partenariat entre l'association Interm'Aide, qui s'occupe d'insertion professionnelle, et la Protection Judiciaire de la Jeunesse », détaille Marc Échevin, coordonnateur de l'établissement. Voilà pour le cadre. Ici, le contrat de travail est signé pour 4 ou 6 mois, renouvelable deux ans. « Nous recrutons des candidats qui ont un projet lié à la restauration. Le but, c'est qu'ensuite ils trouvent un poste pérenne dans un autre restaurant », ajoute Loïc Loudière, le chef de cuisine. Un partenariat avec Pôle emploi est d'ailleurs en place. Trois encadrants entourent sept employés (quatre en cuisine et trois en salle). Un service traiteur et un autre de livraison (Léo part en ville) ont été mis en place avec succès, en plus du restaurant. Un modèle unique, qui attise la curiosité d'autres villes – Villeneuve-d'Ascq est notamment venue aux renseignements – et a valu la visite de Nicole Belloubet, alors garde des Sceaux, fin 2017. FL

Places à prendre

Les sept agences Pôle emploi du bassin de Rouen sont particulièrement attentives au secteur du commerce. D'abord parce qu'il concerne beaucoup de demandeurs d'emploi (5 668 inscrits) et d'entreprises (3 743 offres au 30 septembre). Mais aussi parce que c'est un secteur où Pôle emploi constate beaucoup de turnover et des contrats saisonniers. « Il est concerné par l'évolution des métiers, constate Cyril Vanbeselaere, directeur de l'agence Pôle emploi de Rouen-Quevilly. De plus en plus de compétences autour du numérique sont demandées par exemple. » Alors les agences innovent et proposent des dispositifs pour rapprocher au mieux candidats et postes à pourvoir. Accueil d'entreprises, recrutement par simulation, rapprochement de compétences...



L'art de sortir du lot

Quand l'artisan ou le commerçant se démarque. Sélection de professionnels qu'il faudrait inventer s'ils n'existaient pas ; certains couronnés d'une distinction. On vous en met une douzaine ?



© C. Dente

L'Argenteur

Elle est la dernière artisane indépendante de Normandie à exercer le métier d'orfèvre : Sandra Montinari a repris en 2010 l'atelier de restauration d'orfèvrerie et de réargenterie implanté depuis 1982 au pied de la cathédrale (11 rue des Bonnetiers). Elle redonne vie à tous ces objets précieux, qu'ils soient en métal argenté, en argent, en vermeil, en bronze, en cuivre ou en étain. Entre ses mains expertes passent des antiquités aussi bien que des couverts. Sandra Montinari, titulaire d'une maîtrise d'archéologie, contribue à la conservation du patrimoine civil ou religieux. Une artisane d'art modèle.

INFOS : www.largenteur-rouen.com

François Rémi Coiffure

Petit retour en arrière : en 2015, quatorze ans après son installation place Saint-Marc (au n° 23), le salon de coiffure de François Rémi intégrait le palmarès de la 18^e édition du Prix de l'accueil. Il était lauréat dans la catégorie « Quartiers Est » au même titre que l'Institut Mongour. Aujourd'hui François Rémi s'illustre en prenant deux initiatives qui traduisent son sens aigu de la citoyenneté. À partir de novembre, il lance la « coupe suspendue », sur le principe du « café en attente », à offrir à son prochain solidairement par le biais de la carte de fidélité. En parallèle, toute personne qui apportera à François Rémi une bouteille d'un litre remplie de mégots bénéficiera d'une coupe gratuite.

INFOS : [Facebook.com/remicoiffure76](https://www.facebook.com/remicoiffure76)



© F. Coraichon

The Novick's Stadium

Le concept-bar/brasserie dédié à tous les sports entre dans son an II. Il brille par un décor unique en son genre, aménagé au sein du Hangar B, quai de Boisguilbert : un ring de boxe surplombé d'un écran HD de 17 m², une tribune, une chaire d'église au milieu de la salle (un DJ y prend parfois place). L'endroit idéal pour suivre les retransmissions des grandes compétitions internationales et les matches des clubs phares de la ville. L'établissement est le supporter n° 1 du Rouen Normandie Rugby, du Rouen Hockey Élite ou du Rouen Métropole Basket. Le capitaine de l'équipe, c'est le patron Stéphane Novick, ancien lutteur. Son « Disneyland du sport » a remporté le 1^{er} prix du meilleur concept décoration de l'année aux Ze Awards du Resto, à Paris en septembre.

INFOS : [Facebook.com/TNSROUEN](https://www.facebook.com/TNSROUEN)



© F. Lamme



© H. Debruyne

Paul Marius

Paul Marius ou la success-story emblématique de chez nous : la marque de maroquinerie créée en 2010 au cœur de sa ville par le Rouennais Florent Poirier a connu une ascension fulgurante. Les sacs, sacoches et cartables au design rétro font un carton. Paul Marius a installé son berceau à l'hôtel des Carmes, 33 place des Carmes. La franchise Paul Marius, c'est 1 400 artisans en Inde pour la fabrication, 200 collaborateurs en France, 27 points de vente nationaux (Marseille, Bordeaux, Lille, Lyon, Montpellier, Nantes, Toulouse...) plus une boutique à Bruxelles.

INFOS : www.paulmarius.fr

Le Plombike

Depuis février 2017, les Rouennais peuvent compter sur les services d'un artisan pas comme les autres : le Plombike, autoproclamé « le plombier qui en connaît un rayon », a la particularité de se déplacer à bicyclette ! Point de départ de l'aventure, Thomas a fait appel au financement participatif. Grâce aux 5 366 € collectés via la plateforme Ulule, il a investi dans un vélo-cargo à assistance électrique équipé d'une caisse de 250 litres pour transporter tout son matériel. Le concept permet à ce plombier chauffagiste de montrer l'exemple en matière de respect de l'environnement, d'intervenir le plus rapidement possible en évitant les aléas du trafic automobile et les difficultés de stationnement, et d'alléger son budget de fonctionnement de façon à réduire la facture pour les clients.

INFOS : www.leplombike.fr



© F. Coraichon

Angel's Fleurs

Des lauriers pour le fleuriste de la très commerçante rue Saint-Julien, enraciné au n° 147, au contact de la place Saint-Clément : Angel's Fleurs figurait parmi les 16 gagnants du Prix de l'accueil 2018, positionné à la 7^e place. Juste récompense pour le tandem de patronnes, Marielle Dupuis (53 ans) et sa fille Angélique (31 ans, bientôt maman), qui déploient des trésors d'attention pour leur clientèle. À Noël, elles ont organisé un concours du plus beau sapin décoré. En offrant une rose à chaque participant en lot de consolation. Marielle Dupuis a repris en 2014 ce commerce implanté ici depuis un demi-siècle.

INFOS : [Facebook.com/angelsfleurs](https://www.facebook.com/angelsfleurs)



© F. Lamme

Nachos

Pur produit de Neoma Business School, Benoît Leroy a trouvé la recette de la réussite : la cuisine tex-mex en version fast-food, sur le mode de la personnalisation (fajita, tacos ou bowl à composer soi-même) et sur fond de « manger sain » (soin tout particulier apporté à la fraîcheur des ingrédients). Nachos a vu le jour au centre commercial Docks 76 en 2013. Trois ans plus tard, son restaurant pilote s'est implanté au 154 rue du Gros-Horloge. Aujourd'hui la franchise a conquis Amiens, Lille, Rennes, Angers, Orléans et Toulon. Un jour, peut-être, la Californie !

INFOS : nachos.fr



© F. Coraichon



© F. Coraichon

Boucherie de la Croix-de-Pierre

Petit coin de paradis pour les tempéraments carnivores, la boucherie-charcuterie de la place de la Croix-de-Pierre est dans ce quartier un monument aussi connu (ou presque) que la fontaine de la Croix-de-Pierre. Ambassadrice du travail à l'ancienne, l'enseigne jouit d'une belle réputation : elle expose son impressionnante collection de médailles glanées dans les concours nationaux (pâté de foie, tripes à la mode de Caen) et internationaux (boudin noir, foie gras de canard). Voilà une année que l'ex-apprenti de la maison, Romain Lautrou, 34 ans, a pris les commandes.

INFOS : 02 35 71 56 60



© F. Coraichon

Velasquez

Le lifting de l'allée Eugène-Delacroix a coïncidé avec la métamorphose de Velasquez haute coiffure : le salon au n° 40 (depuis 1985) offre un espace réinventé autour d'un mur végétal cascade. Un investissement lié à la fermeture du salon Velasquez originel, place du Vieux-Marché. Le groupe indépendant du Rouennais Manuel Velasquez, entreprise familiale, est aussi présent à Saint-Sever, à Bonsecours, à Bois-Guillaume et au Havre.

INFOS : velasquez-coiffure.fr

Le Cacaotier

Mariant les saveurs exotiques et l'héritage de la tradition culinaire française, le maître chocolatier Hubert Masse cultive l'excellence à travers la maison qu'il a fondée : Le Cacaotier. On la rencontre au 116 rue du Gros-Horloge mais aussi à Paris 17^e et 7^e. Hubert Masse, qui a grandi au Brésil et au Guatemala et ouvert sa première boutique en Australie, collectionne les honneurs : 4 années membre du club des 12 Meilleurs Chocolatiers de France (2008, 2011, 2012, 2013), classé parmi les Chocolatiers incontournables de France depuis 2014. Son premier coup d'éclat ? Le Grand Prix du chocolat artisanal de la Ville de Paris 2008, remporté avec une ganache lactée aux baies du Népal. Toutes ses créations (chocolats fourrés, rochers suisses, mendiants, orangettes, pâtes à tartiner...) sont réalisées dans l'atelier laboratoire de Saint-Pierre-lès-Elbeuf.

INFOS : www.lecacaotier.com



DR



© B. Cabot

Ikat

En quinze ans d'existence, le restaurant gastronomique Le Saint-Hilaire s'est mitonné une jolie cote de popularité. Son couple créateur Laurence/Thomas Lemelle ayant ouvert Le Rotomagus place Barthélémy en 2017, il a assuré la pérennité de la bonne table du 110 rue Saint-Hilaire en cédant l'affaire à ses trois jeunes salariés. C'est ainsi que Perrine, George et Théo, respectivement pâtissière, cuisinier et sommelier, portent ensemble depuis mai l'établissement rebaptisé Ikat, associés par la formule de la Scop (Société coopérative et participative). Un conte de fées aux couleurs de l'Économie sociale et solidaire.

INFOS : [Facebook.com/Restaurant-Ikat](https://www.facebook.com/Restaurant-Ikat)



© F. Coraichon

Fitch Bike

La belle bouille de Fitch, bouledogue français de François Chevalier, des vélos aux formes généreuses, un logo très coloré... C'est Fitch Bike ! Créée par le Rouennais François Chevalier, la marque installée au 97 rue Saint-Vivien, offre couleur, customisation et montage sur mesure aux amateurs de deux roues. Une fracture de la colonne vertébrale causée par une chute à cheval immobilise l'ancien directeur régional de Decaux et l'incite à réfléchir à son avenir. Le vélo à assistance électrique lui redonne le goût de bouger. Ainsi naît Fitch Bike ! D'inspiration vintage, avec ses gros pneus tout terrain, les vélos de la marque rouennaise ont un look à nul autre pareil. De quoi rouler stylé en ville.

INFOS : 06 35 55 50 87 •
www.fitch-bike.com



© A. Bertereau - Agence Mona

Hôtel de l'Europe

À 450 m de la Cathédrale (87 rue aux Ours), l'Hôtel de l'Europe fait le spectacle : le propriétaire de l'établissement depuis tout juste vingt-cinq ans, Georges-André Piat, développe une décoration conceptuelle. Les chambres expérimentales « Signature » (32 m²) composent une atmosphère à nulle autre pareille, à l'image de la dénommée « Comic strip » dédiée au design des années 1970 ou de la « Backstage » ci-dessus. Cet été, une nouvelle catégorie de chambres a fait son apparition à la faveur des travaux de rénovation : les six cabines dites « Sleeper » (12 m²), déclinent le thème du train. Dans la « Fort Knox 317 », 80 coffres-forts font face au lit. Des étoiles dans les yeux pour la nuit. Et trois étoiles pour un hôtel qui a de la suite dans les idées.

INFOS : www.h-europe.fr

Têtes de gondoles ★

Nouveaux venus

Installés depuis peu dans les rues rouennaises, ils font déjà l'actu et continuent d'asseoir leur notoriété. Restaurateurs, vendeurs de vélos, disquaires, artisans spécialisés ou dédiés à l'économie sociale et solidaire, rencontre avec ceux qui font bouger le commerce à Rouen.



Le vélo Mad in France

Première marque nationale de vélo électrique, le Vélo Mad in France est sorti de l'imagination de deux Rouennais. D'où la présence d'un showroom, où l'on peut tester ce « biclou » haut de gamme au style épuré, entièrement assemblé en France et qui se vend pour l'instant uniquement en ligne. Guillaume Adriansen (ci-dessus) et Charles Hurtebize se sont lancés l'an dernier dans cette course folle. Le vent dans le dos.

ADRESSE : Le Vélo Mad in France, 7 rue de la Chaîne



© G. Flamin



Boutique ESS

Ouverte depuis le 8 juillet, la boutique dédiée à l'ESS (Économie sociale et solidaire), mise à disposition par la Ville, accueille des associations et des structures de l'ESS, afin qu'elles puissent tester leur activité et se faire connaître auprès du grand public. L'occasion de découvrir les acteurs de Rouen et de son agglomération qui travaillent quotidiennement d'une autre manière, en défendant l'emploi de proximité et en remettant l'humain au centre du système économique.

ADRESSE : 16 rue Jeanne-d'Arc



Boutique Pamela

Du haut de ses 24 ans, Pamela Kemmat en connaît déjà un rayon. Après un an et demi de prospection, elle a ouvert sa jolie boutique, avec l'ambition d'habiller toutes les femmes. Le petit supplément d'âme des lieux vient du sens artistique de la gérante. Un goût de la déco pointu et ses propres toiles, à vendre aussi.

ADRESSE : 12 rue de la Croix-de-Fer

© F. Coraichon



© F. Coraichon



Un Son impur

Au nom de la boutique, l'on pourrait s'attendre à un disquaire underground, mais Emmanuel Bérard est bien un généraliste du vinyle. Les amateurs se régaleront les oreilles avec les Bowie et Supertramp ou encore les multiples propositions jazz. Les spécialistes, eux, trouveront leur bonheur dans les pépites rock psychédélique, punk et post-punk, spéciale cuvée du patron. Environ 7000 références sont présentes en magasin, dès 8 €, avec une belle place pour la production locale, des Olivensteins à Mister Moonlight.

ADRESSE : Un Son impur, 37 rue Beauvoisine



© B. Cabot



Goût, boutique à manger

Cocon adopté par les amateurs de produits fins, de bons vins et de cuisine gourmande, le concept store de Daphné (à gauche sur la photo) et Emma (ci-dessus à droite) rassemble leurs passions : la bonne cuisine, les arts de la table, la décoration et le vin. Ouverte depuis le 31 mai dernier, cette boutique où l'on mange - et non l'inverse -, est un véritable lieu de vie où l'on laisse ses soucis sur le seuil de la porte pour refaire le monde, calé au creux d'un des coussins moelleux de la banquette murale. Le temps y suspend son vol et ça fait du bien.

ADRESSE : Goût, boutique à manger, 72 rue Saint-Romain



La Cabine

Elle devait fermer au 30 juin, comme celles de plage qui, le temps d'un hiver, se préparent pour la belle saison. Mais la Cabine est toujours là. Cette petite boutique regorge d'articles que vous ne trouverez pas ailleurs puisqu'elle propose les créations de trois Rouennaises. En vitrine et sur les portants, les pièces insolites des Petits lots, de Jeanne a dit et de La Demoiselle Gridou. Bijoux, T-shirts et jupes permettent à chacun d'avoir un coup de cœur pour un accessoire ou un vêtement.

ADRESSE : La Cabine, à l'angle des rues Ganterie et Jeanne-d'Arc



© H. Debruyne



© B. Maurey



L'Artisan V.25

Dans l'atelier de Naïma Chebbah s'empilent les outils et les morceaux de cuir qui lui servent à confectionner les sacs, sacoches et étuis qu'elle réalise entièrement à la main. Un travail d'orfèvre ? Plutôt de maroquinière, puisque c'est le nom de son métier. Naïma développe son activité d'artisan d'art, un label qu'elle a obtenu avec les félicitations du jury. À noter que la pro du bel objet colore aussi le cuir et le patine. Sur les chaussures, le résultat est remarquable.

ADRESSE : L'Artisan V.25, 2 rue des Ursulines



Le Chapitre

Ouvert en avril dernier, le Chapitre a déjà conquis nombre de lecteurs... gastronomes. Car le chapitre n'est pas une librairie mais bien un restaurant qui s'est installé avenue Gustave-Flaubert. Pas de chichis et du 100 % maison pour ce bar-brasserie qui ne désemplit pas à l'heure du déjeuner. De la qualité, des prix doux et une belle terrasse ensoleillée, opérationnelle aussi en cas de grain.

ADRESSE : Le Chapitre, 58 avenue Flaubert

© H. Debruyne



© MDSB Visuals



Yūgō Nikkei Food

Les saveurs nouvelles envahissent les assiettes de Yūgō, situé à deux pas du Palais de justice. Un subtil mélange des traditions culinaires du Pérou et du... Japon ! Comme le « ceviche », spécialité à base de poisson cru mariné très tendance.

Aux baguettes, Antoine de Joybert (ici à droite) et Antoine Larchevêque, deux Normands d'à peine 25 ans, mais des postes occupés en Amérique latine, en Australie ou à Paris. Pour ne rien gâcher, Yūgō s'investit dans la sauvegarde des océans, à travers une conduite écoresponsable.

ADRESSE : Yūgō, 3 place du M^{al}-Foch



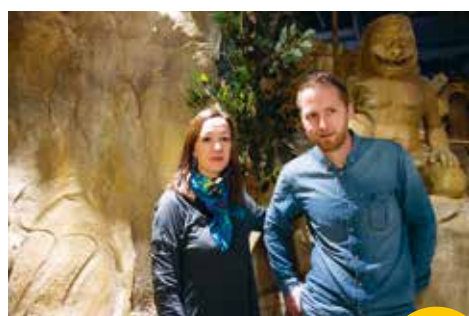
© F. Lamme



Moa intérieur

Les initiés visitaient déjà la boutique Moa intérieur lorsqu'elle était située boulevard des Belges. Les promeneurs du centre-ville la découvrent désormais à l'angle de la rue de la Croix-de-Fer et de la place des Carmes. M-O-A, trois lettres pour « Meuble Objet Art ». Et c'est en effet ce que l'on trouve derrière les grandes baies vitrées de la boutique. « Des meubles, des canapés, des tapis turcs, un mélange d'objets ethniques-chics », précise Nathalie Leprêtre, la patronne. Chic, original et haut de gamme, c'est tout Moa.

ADRESSE : Moa Intérieur, 27 place des Carmes



© G. Flamine



Rev'art jungle

Il n'y avait que là qu'il pouvait ouvrir ses portes. C'est au cœur des Docks 76 que le Rev'Art Jungle, ses 7 mètres de hauteur sous plafond, déploie son univers insolite. À l'ombre du temple d'Angkor, les époux Leduc proposent une cuisine du monde parfumée aux épices les plus variées. Roches sculptées à la main, ponts de singe, faune sauvage grandeur nature (en peluche), aquariums d'eau de mer et coraux... Dépaysement garanti.

ADRESSE : 1 bd Ferdinand-de-Lesseps



Au cœur du Portugal

Depuis le printemps, l'épicerie Au cœur du Portugal déploie les gourmandises du pays, de la charcuterie (Alheiras de Mirandela, Salpicão...) au fromage (Limiano, Serrinha) en passant par la morue ou les lupins. Sylvie Esteves, la gérante, n'est autre que la fille de José, qui tenait l'épicerie portugaise du centre commercial des Bruyères.

ADRESSE : 159 rue Saint-Julien

© F. Coraichon

Têtes de gondole



© F. Coraichon

Le Veau d'Or

Autrefois, les abattoirs de Rouen étaient reliés par une porte au restaurant du Veau d'Or. On y venait dès le matin pour manger le casse-croûte. Aujourd'hui, les abattoirs n'existent plus, mais le restaurant a bien gardé l'esprit de l'époque. Babeth, la nouvelle patronne depuis juillet dernier (à droite sur la photo), venait ici avec son grand-père lorsqu'elle était petite. On y déguste toujours le casse-croûte aux tripes en matinée, le 3^e jeudi du mois, tête de veau, pièces de bœuf ou ris de veau aux morilles.

ADRESSE : Le Veau d'Or, 3 rue Desseaux



© F. Lammie

Les Goûts thé de Nessie

Bienvenue à Édimbourg ! Le coquet salon de thé Les Goûts thé de Nessie offre un nid douillet à 20 mètres de la place Saint-Marc. Derrière la bouilloire, Anouk Mawdsley – un aïeul en Écosse – et Stephan Meubry et une spécialisation en pâtisserie pour compléter son bagage de cuisinier. Pour déguster le fameux shortbread écossais ou une part du gâteau whisky-orange, arrosé du soda culte Irn Bru, direction la petite rue Adrien-Pasquier. Et on en profite pour dénicher « Nessie » et autres curiosités locales sur les nombreuses photos souvenirs qui décorent les lieux et font voyager l'esprit, en plus des papilles.

ADRESSE : Les Goûts thé de Nessie, 2 rue Adrien-Pasquier

Des pulls dans ma commode

Natacha aime s'entremêler les genres, les motifs, les objets. Dans sa boutique, elle a installé ses pulls, ses commodes, et bien d'autres curiosités. Un univers original et très chaleureux où elle combine ses deux passions : la mode et la décoration. Plus qu'un commerce, c'est un véritable concept-store où à l'intérieur, tout est à vendre. Comme la carte dans certains restaurants, la vitrine des Pulls dans ma commode, est renouvelée toutes les semaines. Il n'y a plus qu'à faire son choix !

ADRESSE : Des pulls dans ma commode, 43 rue Damiette



© G. Flammé

La cabane à Mijo

On se disait bien qu'avec ces beaux quais rive gauche si accueillants, il manquait de quoi se sustenter pour rester un peu plus longtemps au soleil. C'est pourquoi la Ville et la Métropole ont retenu le projet de Camille Vidal et Valentin Couette : un foodtruck - juste sous le pont Jeanne d'Arc - qui a connu un franc succès tout l'été. Au menu, tartines gourmandes salées, pâtés, rillettes de la mer, huîtres, bulots et glaces, mais aussi thé glacé bio et bières. Produits locaux et « circuit court » avant tout...

ADRESSE : La Cabane à Mijo, quais bas rive gauche

Retrouvez une nouvelle boutique tous les vendredis sur Rouen.fr/actu



Restez branchés :

ROUEN.FR

ROUEN.TV





Rouen, le plus grand centre commerçant de Normandie



ROUEN

*cœur commerçant
& artisan*



rouen.fr