

AUJOURD'HUI

Dylan et Knopfler au Zénith : mise en vente ▶ Le chanteur américain et l'ex-leader de Dire Straits seront en concert à Lille le 16 octobre. Les billets sont mis en vente aujourd'hui (88,30/77,30/63 €) dans les points de vente habituels. ■

BONJOUR ▶ La guerre du parasol

Lambrequin ou pas lambrequin ? La question est sur toutes les lèvres quand on aborde l'épineux sujet de la charte des terrasses. Celle-ci n'est pas encore publiée mais les commerçants savent grosso modo à quoi s'attendre.

Sauf à propos du lambrequin. La mairie va-t-elle ou non autoriser cette retombée de parasol qui flotte au vent ? Cafetiers et restaurateurs sont de fervents défenseurs du lambrequin. Non seulement pour protéger un peu plus

leurs clients du vent et de la pluie, mais surtout, pour y inscrire le nom de leur enseigne. Ce qui refuse catégoriquement la mairie. Les pourparlers sont encore – et toujours – en cours pour ce détail qui a son importance. ■ A. R.

PENSEZ-Y !

Prochain rendez-vous avec les petits prix ▶ Les soldes sont terminés mais, sous l'impulsion du GAEL, les commerçants annoncent déjà leur « lundi de Braderie ». Soit un jour de plus pour faire des affaires après le déballage. ■

ON EN PARLE

La charte des terrasses signée, les commerçants s'équipent petit à petit

La charte des terrasses, élaborée par la mairie en vue de l'harmonisation des terrasses de la ville, est enfin bouclée. L'heure est maintenant à l'aménagement pour les restaurateurs et cafetiers qui font jouer la concurrence. La guerre commerciale est lancée.

PAR ALICE ROUGERIE
lille@lavoxdunord.fr
PHOTOS ELSA LASSUS

Démonstration de pare-vent coulisant hier matin, sur la terrasse d'un restaurant de la Grand-Place. Les entreprises de la région, spécialisées en équipements de terrasse, ont compris l'enjeu et comptent bien profiter des réaménagements imposés aux commerçants. Fini les parasols publicitaires et les paravents inesthétiques, cafetiers et restaurateurs sont contraints de remplacer leur matériel avant le 1^{er} janvier 2012. Dans un seul but : harmoniser et sécuriser les terrasses des sept secteurs principaux de la ville dont, entre autres, la Grand-Place, Rihour, la place du Théâtre, le Vieux-Lille et le quartier de la gare.

Deux entreprises locales, Guermoprez et Sunny Store, sont déjà bien représentées au sein de la profession. Un troisième fabricant, La Maison du parasol, basé à Dijon,



Cette terrasse de la Grand-Place profite – un peu – d'une démonstration de pare-vent télescopique.

s'est immiscé dans la course. C'est précisément cette dernière entreprise que la mairie a consultée pour établir la charte et fixer les normes. Le numéro un français en matériel de terrasse a déjà fait ses preuves sur la place du Capitole à Toulouse, la place de l'Horloge à Avignon ou encore la place de la Libération à Dijon. « On a fait appel à cette entreprise pour ses compétences et des précisions techniques, ex-

« On ne vient pas ici en disant : "On est les meilleurs, achetez notre matériel." »

plique Jacques Richir, adjoint (MoDem) en charge de l'occupation de l'espace public, mais on a clairement fait savoir qu'on n'était pas mariés à cette boîte. » Depuis un

an, Richard Faure, directeur commercial de La Maison du parasol, a effectué huit visites dans la capitale nordiste et a rencontré élus et cafetiers en vue d'établir la charte idéale pour le centre-ville et ses commerçants. « On ne vient pas ici en disant : "On est les meilleurs, achetez notre matériel." Mais on fait un travail en amont de conseil et si, en plus, on vend nos parasols alors tant mieux », ne se cache pas

le patron, même s'il insiste sur l'aspect pédagogique de son intervention.

Une intervention que Julien Guermoprez, chef de l'entreprise du même nom, a du mal à comprendre : « Pourquoi faire appel à une entreprise de Dijon ? », s'interroge-t-il. L'expertise du numéro un français n'est plus à prouver mais le chef d'entreprise lillois regrette qu'un modèle précis soit imposé aux commerçants. « Rien n'est imposé, affirme au contraire Jacques

« Plus il y a d'entreprises, plus les prix seront intéressants pour nos commerçants. »

Richir. Chacun est libre d'opter pour l'entreprise de son choix, les modèles retenus sont justement standard. » La ville publie un règlement, établit une charte et laisse ensuite jouer la concurrence. « Et plus il y a d'entreprises, plus les prix seront intéressants », ajoute l'adjoint au maire. Le restaurant Tartare Shop, Grand-Place, a lui opté pour le matériel de La Maison du parasol (voir ci-dessous). Le gérant du glacier Des lys de Lille, Laurent Aouizerat, préfère quant à lui Guermoprez, l'entreprise régionale : « Je suis plus rassuré avec une boîte locale. Comment je fais si mon parasol ne s'ouvre pas et que l'entreprise est basée à Dijon ? » ■

ZOOM

La charte des terrasses comprend deux recommandations majeures.

- Pour protéger les clients du vent, des pare-vent télescopiques de 1,20 m pourront se déployer jusqu'à 2,10 m l'hiver. C'est la fin des terrasses-vérandas, comme il en existe à Rihour.

- La réglementation des parasols est, elle aussi, précise : l'armature du mât doit être laquée en gris soie. Concernant la toile, deux couleurs sont imposées selon le secteur. L'ocre est de rigueur au niveau de la place du Théâtre et l'écrû dans les secteurs de Rihour et de la Grand-Place. ■

Tartare Shop : le pionnier des parasols aux normes

Deux grands parasols écrûs de quatre mètres par quatre abritent la terrasse de Tartare Shop, sur la Grand-Place. La charte n'est pas encore publiée mais le restaurant a déjà investi dans les nouveaux équipements recommandés par la mairie. Premier restaurant du centre-ville à avoir aménagé sa terrasse avec des parasols aux normes, Tartare Shop a opté pour les modèles de La Maison du parasol. « Ils ont été plus réactifs que les autres entreprises, explique Henri Parent, patron du restaurant, et ce sont des parasols de très bonne qualité. » Le restaurant, ouvert depuis

novembre 2010, a profité de l'agrandissement de sa terrasse pour se mettre aux normes. Le patron voit ces changements d'un bon œil : « À l'aide de la charte, nous voulons redynamiser la restauration sur la Grand-Place, par exemple, en organisant des événements communs. » Les commerçants comptent sur l'harmonisation des pare-vent et parasols chauffants pour attirer de nouveaux clients, surtout pour le service du soir, « encore trop calme », selon le restaurateur. Un investissement, certes coûteux, mais qui peut s'avérer fructueux. ■ A. R.

