



Adresse postale : Hôtel Municipal, 7 rue du Major Martin 69001 LYON

Courriel : cil.cpi@yahoo.com

Site Internet : <http://associationcpi.e-monsite.com>

REVUE DE PRESSE

17 août 2025

Vous pouvez retrouver ces revues de presse sur notre [site Internet](http://associationcpi.e-monsite.com)

Trafic limité : comment fonctionne cette ZTL qui ferme la Presqu'île

En Presqu'île, les plots rétractables des rues Port-du-Temple, côté Saône, et Gentil, côté Rhône, sont en service depuis le 28 juillet. Chaque jour, ils se lèvent à 13 heures. En théorie, seuls les véhicules des ayants droit sont autorisés à les franchir pour accéder au périmètre de la zone à trafic limité (ZTL). *Le Progrès s'est rendu sur place. Alors, ça roule ou ça coince ?*

Treize heures pétantes ce mercredi 13 août. Un bruit mécanique rompt le calme de la rue Gentil (2^e), au cœur de la Presqu'île, côté Rhône. C'est un plot en acier. Il est en train de sortir de terre, au milieu de la chaussée, signe que la borne d'accès à la zone à trafic limité (ZTL) - activée le 28 juillet dernier - est fonctionnelle. Son œil lumineux vire au rouge.

Un barrage pas si étanche

Jusqu'à 6 heures le lendemain, elle ne laissera passer que les automobilistes disposant d'une autorisation : ce sont les ayants droit. Ils sont à ce jour près de 17 000, selon la Métropole de Lyon. Au même moment, une borne jumelle se réveille côté Saône, à l'entrée de la rue Port-du-Temple. La ZTL en comptera cinq à terme.

Pour intégrer le périmètre - allant du nord de Bellecour au bas des pentes de la Croix-Rousse - les automobilistes doivent montrer patte blanche. Ceux enregistrés dans la base de données n'ont qu'à avancer jusqu'à la butée, patienter quelques secondes, puis la borne les laisse entrer une fois leur plaque d'immatriculation reconnue. Nul besoin de baisser la vitre.

Un opérateur intraitable

Si le plot s'abaisse automatiquement, force est de constater qu'il met un certain temps avant de se dresser à nouveau. Assez pour que deux ou trois voitures - autorisées ou non - se glissent dans le sillage du véhicule reconnu. Quant



Les automobilistes dépourvus d'autorisation ne franchissent pas la borne de la rue Gentil, l'une des portes d'entrée de la ZTL en Presqu'île de Lyon. Photo Rémi Liogier

« En tant que professionnel, vous avez le droit de rentrer dans le périmètre. Mais il faut s'inscrire au préalable sur le site de Lyon Parc Auto, sinon vous ne passez pas »

Un opérateur depuis la borne

aux deux-roues, scooters et motos, c'est encore plus simple : ils n'ont qu'à esquivier le plot métallique pour franchir le barrage !

Il arrive assez régulièrement qu'un véhicule non-autorisé se présente devant la borne. A priori, deux cas de figure existent : soit l'automobiliste, découragé, décide de rebrousser chemin. Il entame alors une périlleuse marche arrière, au risque de semer la zizanie. Soit il tente sa chance en sollicitant l'opérateur depuis la borne. Et là, les négociations commencent.

« Bonjour Monsieur, lance timidement un chauffeur VTC immatriculé à Paris. Je dois récupérer un client de l'autre côté. C'est possible de passer ? » « En tant que professionnel, répond-on à l'autre bout du fil, vous avez le droit de rentrer dans le périmètre. Mais il faut s'inscrire au préalable sur le site de Lyon Parc Auto (LPA), sinon vous ne passez pas. »

L'opérateur se montre une nouvelle fois inflexible avec ce commerçant, qui prétend avoir formulé une demande de badge. « J'ai vérifié votre

immatriculation, elle n'est pas dans la base de données. Ça veut dire qu'on ne vous a pas donné les droits d'accès. » Pour ce professionnel, la livraison de marchandises s'effectuera donc à pied sur les derniers mètres.

Encore des couacs sur les badges

Enfin, il y a le cas de cette habitante, dont le badge LPA ne fonctionne visiblement pas. « Merci Doucet... », soupire-t-elle devant l'interphone, entre deux tonalités. « Ouï, bonjour ? » « Bonjour Monsieur, j'essaie de passer mon badge, mais ça ne marche pas. »

Elle parviendra finalement à franchir la borne après avoir renseigné le numéro d'accès inscrit sur son précieux sésame. L'automobiliste était bien enregistrée dans la base de données. Cette fois, l'erreur semblait venir des services.

● Rémi Liogier

En bref ► La ZTL, quésaco ?

Selon la Ville de Lyon et la Métropole, l'objectif de la zone à trafic limité (ZTL) est de « réduire le trafic et d'offrir plus de confort, de tranquillité et de sécurité aux piétons » du bas des pentes de la Croix-Rousse jusqu'au nord de la place Bellecour. Qui peut accéder au périmètre ? Il existe deux catégories : les ayants droit permanents (habitants, commerçants, artisans, livreurs, services publics, secours, professionnels de santé, taxis, PMR). Et les ayants droit occasionnels. Les automobilistes enregistrés accèdent à la ZTL en présentant un badge aux bornes de contrôle d'accès ou par reconnaissance de la plaque d'immatriculation. Cinq bornes sont prévues à terme.

Lyon

Canicule : les Lyonnais se réfugient aux musées gratuits pour se mettre au frais

Au deuxième jour de canicule, *Le Progrès* est allé faire un tour dans l'un des trois musées devenus gratuits dans Lyon, mesure d'urgence émise par la Ville. Entre touristes surpris par la chaleur et Lyonnais habitués aux étés étouffants, le patrimoine culturel attire des centaines de visiteurs.

Éventails qui s'agitent, mains qui éventent, chapeaux qui recouvrent les têtes et lunettes de soleil : voici le « dress code » dans la cour du palais Saint-Pierre. En ce mercredi 13 août, second jour d'épisode caniculaire, trois musées ont été rendus gratuits par la Ville : Gadagne, Confluences, et celui des Beaux-Arts, où *Le Progrès* s'est rendu pour rencontrer ceux qui tentent tant bien que mal d'échapper à la chaleur. Et le musée situé aux Terreaux n'a jamais semblé intéresser autant de monde.

Déjà, dans le jardin du musée, les bancs ombragés se remplis-



Après s'être rafraîchis dans le musée, les visiteurs profitent des jardins pour faire une pause. Photo Alix Villeroy

sent autour de la fontaine : « On discute, on est au frais, il n'y a pas de bruit », résumait trois amis assis là. Dominique, féru d'histoire, admirant l'une des statues, complète : « Il fait 28 degrés chez moi, alors je sors beaucoup pour compenser. J'aime bien aller à la cathédrale Saint-Jean aussi. » Et en flânant dans la cour, accompagné de son roman de Kafka, il a

rencontré Philomène, également venue profiter de la fraîcheur. « Je voulais venir hier, pour le premier jour de canicule mais c'était fermé. »

Une solution parmi d'autres

Un peu plus loin, un bambin nommé Léonard sort du musée devant sa mère, Caroline.

Tous les jours, elle cherche une activité au frais pour faire sortir son fils : « Aujourd'hui, c'est le musée, et en plus c'est gratuit. Mais je vais aussi vers les points d'eau, les fontaines, on va se promener au parc de la Tête-d'Or... »

À l'intérieur du grand bâtiment en pierres blanches, on croise plus de personnes assises, sur leurs téléphones, qu'à

l'accoutumée. « Il y a beaucoup de gens qui viennent profiter de la climatisation, ils s'assoient, ils restent là quelques heures », commente une employée du musée.

Jusqu'au 18 août inclus

« De toute façon, dans les musées, dès qu'il pleut ou qu'il y a la canicule, c'est plein à craquer. » C'est le cas de Martine, qui vient une fois par semaine admirer les œuvres, mais confesse avoir passé plus de temps que d'habitude dans son lieu préféré, pour échapper aux 30 degrés de son appartement. D'ailleurs, elle regarde sa montre, et s'exclame : « Oh, je suis déjà là depuis plus d'une heure ! »

Pour l'instant, les trois musées cités ne sont gratuits que jusqu'au 18 août inclus, mais la mesure pourrait être maintenue en cas de persistance de l'alerte rouge canicule. Une manière de se rafraîchir les idées... et la culture.

● Alix Villeroy

Lyon 2e ● Rool, nouvelle enseigne pour le vélo, s'installe rue de la Charité

La Plomberie a laissé sa place à deux Lyonnais spécialisés dans le vélo. Ils s'étaient rencontrés chez Intersport, en 2018. Pierre Sabot et Jacques Bordenave, deux passionnés de vélo, ont décidé d'ouvrir cette nouvelle enseigne juste avant l'été. De la biologie à la peinture en bâtiment et au professorat comme enseignant, Pierre (45 ans) pratique depuis une quinzaine d'années le monde du vélo dont il est devenu formateur. Son associé, Jacques (35 ans), du management sportif à l'Institut universitaire de formation des maîtres, s'est aussi spécialisé dans le vélo découvert lors d'un séjour au Canada.

Vente, maintenance, réparation tous formats, modification et électrification y sont proposées. De la pédale au moteur électrique, du vélo standard au vélo cargo, du casque à la chaussure et au maillot, Rool offre du choix et un savoir-faire de professionnels.

1 Rool, 38 rue de la Charité, à Lyon 2^e. www/rool-cycles.fr



Jacques bichonne l'un des vélos de l'atelier.

Photo Michel Nielly

Déjà implanté rue de la Ré, Normal vise deux magasins en plus au même endroit

Avec une cible féminine et plutôt urbaine, l'enseigne Normal, ne risque pas de bouder Lyon. C'est même tout le contraire. Après avoir inauguré en 2024, après travaux d'agrandissement, sa plus grande boutique européenne à la Part-Dieu, et en posséder une autre à Confluence et en Presqu'île, l'enseigne ambitionne d'en ouvrir deux autres rue de la République.

« Nous avons une boutique au milieu de la rue de la République, nous en voudrions deux autres aux extrémités. » Sébastien Chirouze, directeur France de l'enseigne danoise Normal, ne cache pas ses ambitions pour la ville de Lyon. On peut même dire qu'il les confirme.

En juillet 2024, après six mois de travaux, l'enseigne discount spécialisée dans les produits d'hygiène et de beauté, inaugurerait sa plus grande boutique européenne au cœur du centre commercial West-

field-Part-Dieu. Elle y était implantée depuis 2020, sur une plus petite surface. Tout comme au centre commercial de Confluence, où une boutique avait ouvert la même année. L'enseigne enfonçait le clou en juin 2023, en Presqu'île, au milieu de la rue de la République.

« Un accès facile qui ne nécessite pas de prendre la voiture »

Mais voilà qu'on apprend, ce mardi via un article du *Monde*, que l'enseigne ambitionne de grignoter davantage de terrain lyonnais, avec l'ouverture de deux autres boutiques rue de la République. Rien d'étonnant si l'on considère que la cible de la marque danoise est essentiellement constituée de femmes de 18 à 35 ans, plutôt urbaines. Et que ses zones d'implantation « sont situées dans des villes, avec un accès facile et rapide, qui ne nécessitent pas de prendre la voiture », reconnaît Sébastien Chirouze. La Zone à trafic limité (ZTL),



Comme à chaque ouverture d'une boutique Normal, il y avait une file d'attente en juin 2023, devant la boutique de la rue de la République. Photo d'archives David Tapissier

instaurée sur la Presqu'île depuis le 21 juin, pourrait donc bien profiter à l'enseigne.

De quoi appuyer les propos de Jean-Sébastien Veilleux, président régional de la Fédération nationale de l'Habillement, qui déclarait, fustigeant la politique écologiste, dans les colonnes du *Progrès* le 28 juillet: « Il n'y a que des en-

seignes internationales qui vont pouvoir accepter de perdre, par stratégie, de l'argent pendant des années. » Alors que pourtant, selon lui, « personne ne veut d'une ville avec seulement des enseignes stéréotypées comme Zara, H & M, des banques et des fast-foods ».

ZTL ou non, le plan de développement de Normal suit son

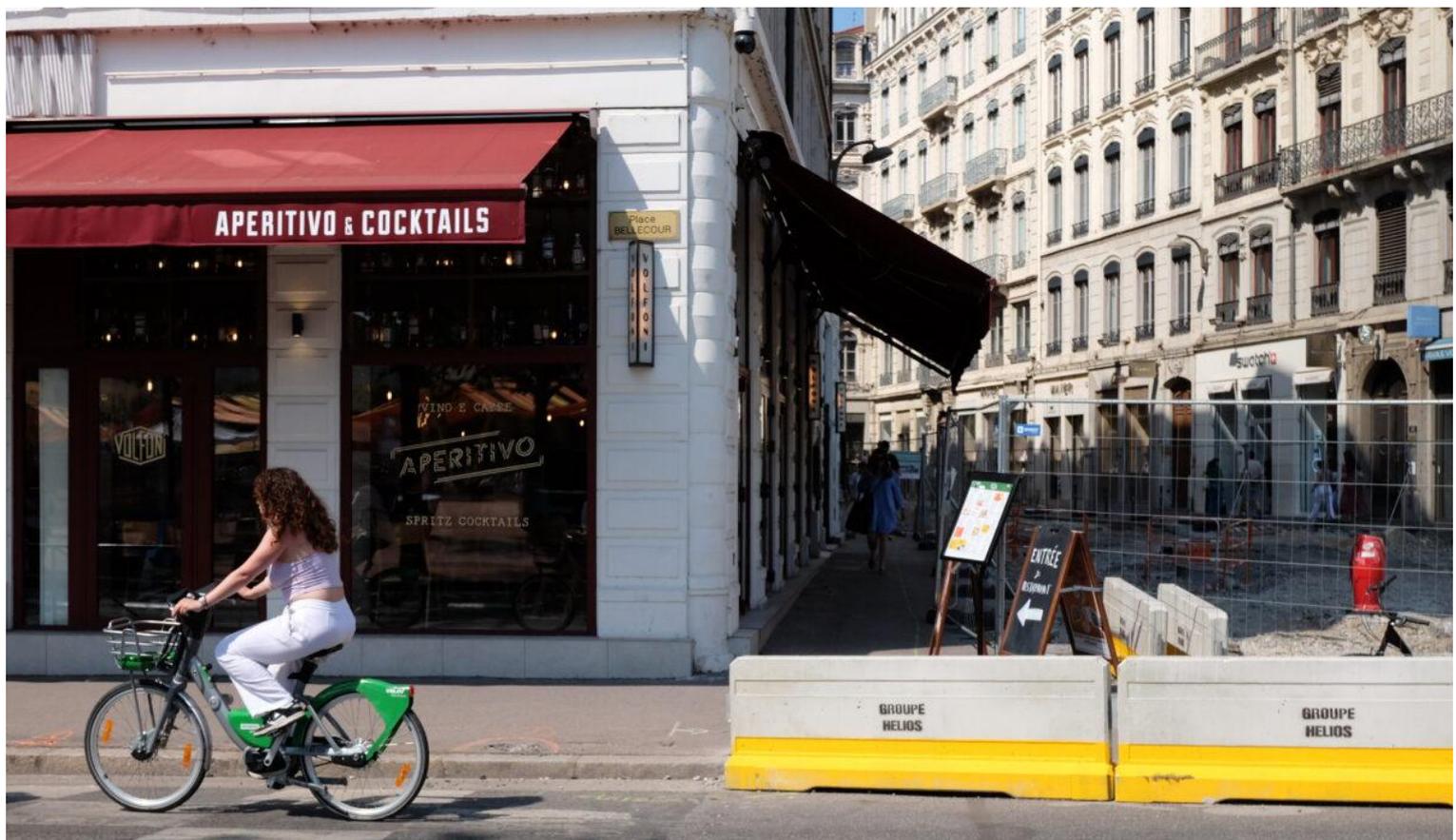
cours. Créée en 2013 au Danemark, Normal est déjà forte de 220 boutiques (soit près de 2 200 salariés) en France et 900 en Europe.

Locaux, dates d'implantation: des questions sans réponse

« Notre objectif est de continuer au rythme d'une ouverture tous les neuf jours, pour atteindre entre 500 et 1 000 boutiques en Europe », confie au *Monde*, Sébastien Chirouze. Un engouement du consommateur pour les marques à prix cassés qui se traduit concrètement: son chiffre d'affaires est passé de 9 millions d'euros à 347 millions d'euros entre 2020 à 2024!

Malgré nos tentatives, nous n'avons pu joindre Sébastien Chirouze, ce mardi. L'enseigne a-t-elle déjà trouvé de nouveaux locaux à Lyon? À quelle échéance compte-t-elle ouvrir ses deux nouvelles boutiques? Des questions pour l'heure sans réponse.

● Christelle Lalanne



Le restaurant Volfoni face aux travaux pour installer une borne d'accès ce samedi 21 juin 2025.

Lyon : une association de commerçants s'amuse des travaux en Presqu'île pour faire sa com'

• 14 août 2025 À 08:35 par Nathan Chaize

L'association de commerçants My Presqu'île détourne les travaux à Lyon pour faire la promotion des boutiques de centre-ville.

Quand certains choisissent l'opposition frontale avec les projets des écologistes, quitte à décourager d'éventuels clients en déclarant régulièrement que "Lyon est fermé", l'association My Presqu'île tente l'humour pour promouvoir ses commerces.

"Toutes Les Voies Lyonnaises mènent en Presqu'île"

Dans sa dernière campagne de communication, elle détourne les difficultés et chamboulements auxquels font face ses membres, entre Zone à trafic limité, travaux, commerce en ligne etc.

Les affiches utilisent ainsi les slogans suivants : "C'est quoi la ZTL ? La Zone des talents lyonnais" ; "Un clic, c'est basique, une expérience en Presqu'île, c'est unique" ; "Sortez des chantiers battus, (re-) découvrez la Presqu'île" ; "Toutes Les Voies Lyonnaises mènent en Presqu'île"

"Face aux difficultés des commerces aujourd'hui, nous avons voulu toucher le cœur de nos clients en rappelant que venir en Presqu'île est une expérience à part entière", indique la présidente de My Presqu'île, Johanna Benedetti.

Lyon. Une nouvelle campagne publicitaire originale des commerçants de la Presqu'île

Pour attirer beaucoup plus de clients à faire leurs courses en centre-ville, l'association des commerçants de la Presqu'île a lancé une campagne publicitaire plutôt originale.



Pour attirer plus de clients, l'association de commerçants My Presqu'île a lancé une nouvelle campagne publicitaire avec des slogans humoristiques. (©Nicolas Zaugra/ actu Lyon)

Par [Emma Ressegaire](#) Publié le 12 août 2025 à 10h51

Depuis le 6 août dernier, l'association des commerçants du centre-ville « My Presqu'île » a lancé sa **nouvelle campagne publicitaire**. Et cette dernière est pour le moins originale. En effet, l'association s'est servie des sujets de ses **nombreux problèmes rencontrés** (ZTL, travaux, e-commerce, etc) pour en faire des slogans.

Ainsi, sur les panneaux publicitaires visibles dans la Métropole de [Lyon](#), c'est avec **un brin d'humour** que My Presqu'île tente d'attirer des clients.

« ZTL : Zone de Talents Lyonnais »

Par exemple, concernant **la zone à trafic limité** (ZTL), qui avait agacé de nombreux commerçants du centre-ville, l'association lyonnaise a créé ce slogan : « C'est quoi la ZTL ? La Zone de Talents Lyonnais. »

Concernant le commerce en ligne, qui crée du tort aux [petites boutiques lyonnaises indépendantes](#), le collectif a encore fait preuve de second degré avec cette phrase : « Un clic c'est basic, **une expérience en Presqu'île c'est unique**« .

Utiliser ses soucis pour en faire une force, c'est donc le pari lancé par My Presqu'île.

« Sortez des chantiers battus » : les commerçants de la Presqu'île détournent leurs problèmes avec malice

David Gossart - 12 août 2025

Pour combattre les vents contraires et convaincre les clients potentiels de venir faire leurs courses en centre-ville, les commerçants lyonnais ont choisi de retourner leurs problèmes en slogans. Malin.



Travaux, ZTL, e-commerce... My Presqu'île se saisit de ses soucis pour les retourner en arguments commerciaux. © Yordan La Mouche Tavernier

La nouvelle campagne de promotion de l'association My Presqu'île, qui s'affiche sur les panneaux publicitaires de la Métropole de Lyon depuis peu, a choisi de jouer la carte du clin d'œil.

Clin d'œil aux problèmes que rencontrent les professionnels depuis de nombreux mois : concurrence de la vente en ligne, difficulté à venir en voiture au profit du vélo, chantiers permanents, mise en place de la Zone à trafic limité...



SORTEZ DES
CHANTIERS
BATTUS
(RE)DÉCOUVREZ LA
PRESQU'ÎLE

MY
PRE
SQU
'ÎLE

Rendez-vous en Presqu'île



Un problème lyonnais, un slogan

Résultats, une campagne avec des slogans malicieux :

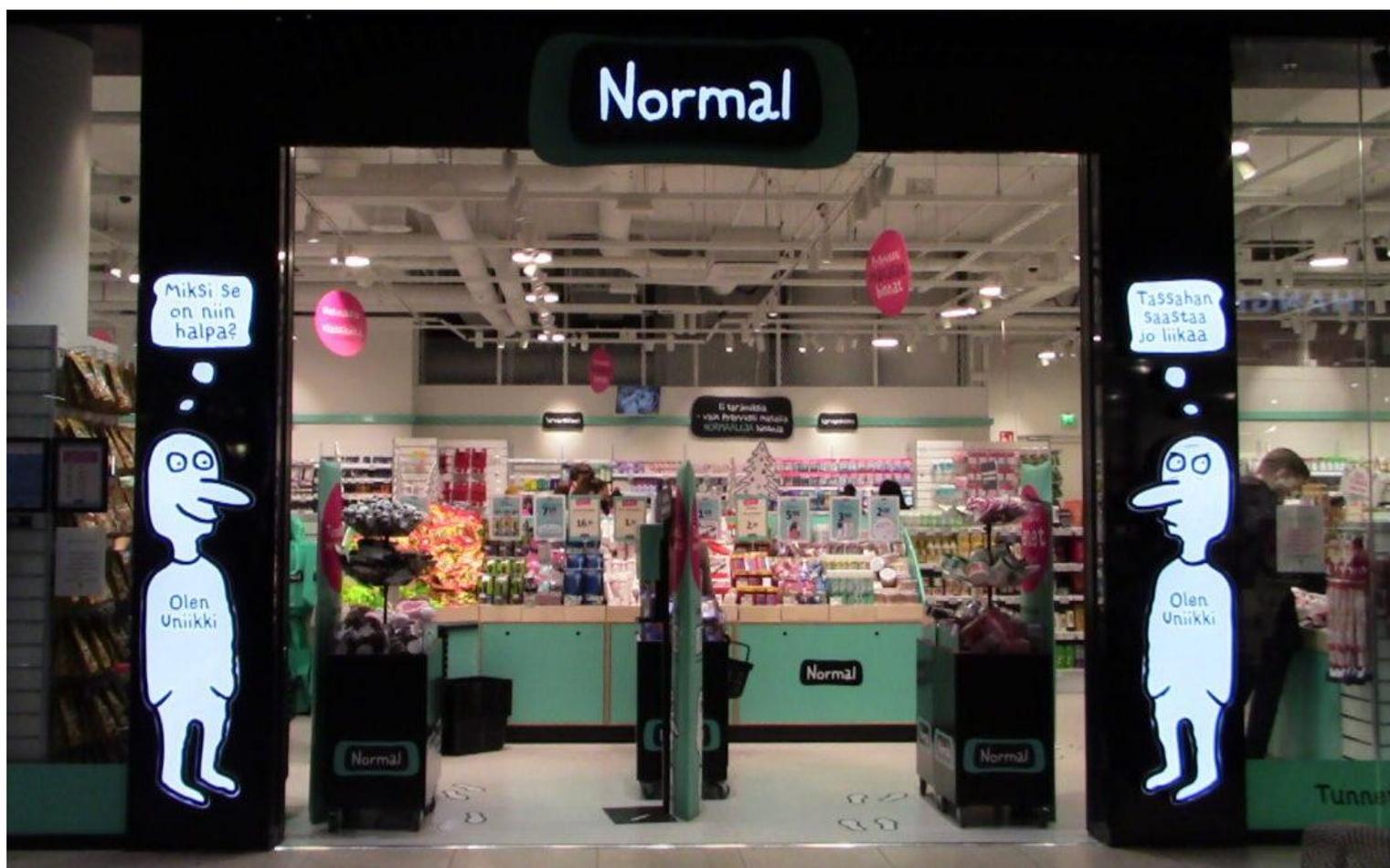
« C'est quoi [la ZTL](#) ? La Zone des Talents Lyonnais » ;
« Un clic, c'est basique, une expérience en Presqu'île, c'est unique » (et un clic parfois, c'est piégeux, lire [à propos de l'arnaque Charlotte](#)) ;
“Sortez des [chantiers](#) battus, (re-) découvrez la Presqu'Ile ;
Toutes Les Voies Lyonnaises mènent en Presqu'Ile”



LExemple d'un des slogans de la nouvelle campagne de promos pour les commerçants de la Presqu'Ile.
©DR

« Face aux difficultés des commerces aujourd'hui, nous avons voulu toucher le cœur de nos clients en rappelant que venir en Presqu'île est une expérience à part entière », comment sur les réseaux sociaux la présidente de My Presqu'Ile, Johanna Benedetti.

« Consommer local c'est un engagement citoyen pour faire perdurer les artisans et la diversité commerciale de notre ville et pour rappeler qu'ensemble se sont des liens et des échanges vrais que nous tissons ».



Boutique Normal @Wikicommons

Lyon : bientôt deux nouveaux magasins de l'enseigne Normal rue de la République ?

• 5 août 2025 À 15:30 par Clémence Margall

Sébastien Chirouze, directeur France des magasins discount Normal, souhaite ouvrir deux nouvelles boutiques rue de la République (2e arr.) à Lyon.

Fondée au Danemark en 2019, l'enseigne Normal cartonne en France. Spécialisée dans la vente de produits cosmétiques et hygiéniques à petits prix, la marque a également réussi à s'implanter dans la capitale des Gaules avec déjà trois magasins : aux centres commerciaux de Confluence (2e arr.) et de Westfield la Part-Dieu (3e arr.) et rue de la République (2e arr.).

Et l'enseigne ne cache pas son ambition concernant Lyon. Sébastien Chirouze, directeur France des magasins Normal, souhaite en effet ouvrir deux nouvelles boutiques. "Nous avons déjà un magasin au milieu de la rue de la République, et nous aimerions en ouvrir un autre à chaque extrémité", assure-t-il dans un entretien au journal [Le Monde](#).

Dans le Rhône, trois magasins Normal ont vu le jour à Vaulx-en-Velin, Villefranche-sur-Saône et Givors.

Cette marque de bijoux parisienne ouvre sa première vraie boutique à Lyon

La marque parisienne ZAG Bijoux, distribuée dans quelques points de vente seulement à Lyon, va ouvrir sa première boutique rue Emile-Zola, en Presqu'île.



La marque Zag Bijoux s'offre une boutique rue Emile-Zola, dans le 2e arrondissement de Lyon. (©Ludivine Caporal/actu Lyon)

Par [Ludivine Caporal](#) Publié le 16 août 2025 à 6h12

INFO ACTU LYON. Récemment [transformée en « zone de rencontre »](#) où les piétons ont la priorité, la très chic rue Emile-Zola dans le 2e arrondissement de [Lyon](#) va bientôt accueillir une nouvelle grande marque : **la bijouterie Zag.**

C'est au numéro 3 de la rue, à la place de la bijouterie **Une à Une** qui a fermé ses portes au début de l'été, que l'enseigne parisienne a décidé de s'installer.

Ouverture prévue pour la rentrée

Déjà distribuée dans quelques points de vente à Lyon et dans la métropole, la marque Zag n'avait encore jamais ouvert de véritable boutique dans les environs, à part à [Villefranche-sur-Saône](#).

Lancée en 2009 à Paris, aujourd'hui bien connue en France et en Europe, Zag propose tous type de bijoux en acier inoxydable : boucles d'oreille, colliers, bagues, bracelets... Des **créations uniques et modernes** qui plaisent autant à la jeune qu'à l'ancienne génération.

Au sein de la boutique lyonnaise, qui devrait ouvrir pour la rentrée, on devrait par ailleurs retrouver Sophie, **la même franchisee** qui exploitait depuis huit ans le magasin Une à Une.

Lyon. "On est à bout de souffle", les restaurants en grande difficulté cet été

Alors que le nombre de nuitées est à un niveau particulièrement bas cette année à Lyon, il en est de même du côté de la restauration qui voit son activité en forte baisse.

Cet article est réservé aux abonnés



Le Rhône constate une baisse de 30 % de l'activité de ses restaurants par rapport à l'année dernière. (©Anthony Soudani/actu Lyon)

Par [Emma Ressegaire](#) Publié le 12 août 2025 à 15h29

Début août, Franck Chaumès, président national de l'UMIH Restauration, a tiré la sonnette d'alarme face à une **chute de la fréquentation** des [restaurants](#) pendant la saison estivale. D'après lui, l'activité des restaurants, sur le plan national, est en **baisse de 30 %** par rapport à la même période l'année dernière.

Au niveau local, Thierry Fontaine, président de l'[UMIH du Rhône](#), monte lui aussi au créneau. Si dans le département ce n'est pas une baisse de 30 %, **les chiffres ne sont guère mieux.**

Canicule, destinations touristiques et hausse des coûts

En effet, la baisse qui était à 10 % en juin, tourne autour de 15-20 % pour ce mois de juillet.

À cette période très compliquée dans le domaine de la restauration, le président voit **trois raisons principales**. La première est la **canicule qui dissuade d'aller manger** en terrasse, voire de sortir tout simplement. « Cela nous plombe vraiment. Beaucoup de personnes vont plutôt vers les lacs. Ils désertent la ville, car il fait beaucoup trop chaud », constate Thierry Fontaine.

La deuxième serait la **régression de la France dans les destinations touristiques**. « La France est passée de la 1^{re} place, en termes de tourisme, à la 4e. Nous sommes devenus une **destination d'étape** avant d'aller en vacances », indique le professionnel.

Enfin, la troisième, serait la **hausse du coût de l'énergie et des matières premières**. « Quand l'énergie a augmenté, on nous a dit que cela coûtait plus cher de fabriquer des bouteilles et leurs contenants comme des jus et des sodas. Parfois 32 % d'augmentation sur l'année. Depuis, l'énergie a baissé et ils n'ont pas rebaisé les prix », explique en exemple Thierry Fontaine.

Par conséquent, **les prix au restaurant ont augmenté** et les Lyonnais ne peuvent pas y aller autant de fois qu'ils veulent. « Je comprends le consommateur qui fait des choix et qui trouve que ça lui coûte trop cher », relate le président.

Créer un ticket pouvoir d'achat

Mais face à cette situation, **le professionnel s'inquiète** : « Aujourd'hui, on est à bout de souffle. La restauration est clairement en danger et je ne suis pas alarmiste. On va perdre des restaurateurs, pas ceux qui font de [l'industriel](#) ou de la mal bouffe, mais ceux qui font du fait maison, du qualitatif, car cela coûte plus cher. **On va perdre le qualitatif en premier, c'est triste.**»

Pour essayer de **pallier cette baisse d'activité** dans le domaine de la restauration, Thierry Fontaine réitère les demandes de la profession qui souhaite avoir **un ticket pouvoir d'achat**. « Cela ne dérange personne que le ticket-restaurant finisse dans les supermarchés. Mais si j'utilisais un ticket énergie au restaurant, cela serait bizarre non ? Donc, il faudrait créer un ticket pouvoir d'achat que l'on donne aux 20 millions de salariés en parallèle du ticket-restaurant », conclut-il.

À noter, qu'en France, **25 restaurants** par jour mettent la clé sous la porte.

Lyon 2e. Shiyo : buffet japonais virtuel au cœur de l'Hôtel-Dieu

François Mailhes - 8 août 2025

Shiyo est un restaurant de cuisine fusion japonaise. Il est installé au cœur de l'Hôtel-Dieu.



© Pierre Ferrandis

Dans l'enceinte de l'Hôtel-Dieu, vient de naître une terrasse bordée de cerisiers en fleurs. La vision rose romantique est aussi insolite que plaisante, même si évidemment les arbres emblématiques du Japon sont artificiels. L'intérieur climatisé joue carrément au chic asiatique international.

On se sentirait presque incité à venir en costume, comme dans une scène de film. Shiyo se présente comme un buffet à volonté japonais, mais dans un esprit semi-gastronomique et fusion avec une cuisine « délicate », « authentique », « créative ». C'est la vision optimiste. La réalité est plus prosaïque.

Pour commencer à manger, il faut un mode d'emploi avec formation accélérée. Le buffet ne se présente pas comme une étendue de stands au milieu desquels vous papillonnez avec votre assiette. Le buffet est virtuel. Vous n'allez pas à lui, il vient à vous, ce qui permet de rester assis. Le concept est original. Une tablette (ou QR code en terrasse) donne accès à une carte vertigineuse de petits plats. Vous avez la possibilité de faire un choix de cinq plats à placer dans

un panier comme sur Amazon, et cela cinq fois de suite, mais à 10 minutes minimum d'intervalle.

Il faut donc anticiper rythme et appétit. Car attention au coup de katana : tout plat non terminé est facturé dix euros, sachant qu'un déjeuner ne doit pas durer plus de 1 h 30. Ces règles peuvent sembler contraignantes, briseuses de parties génitales, mais on l'a plutôt pris comme un jeu, assez divertissant. On ne va pas dérouler la nomenclature de tout ce qu'on a mangé, il faudrait passer en format A3.

Du choix

Il y a des fèves de soja edamame, des soupes (miso, poulet-maïs...) des salades (saumon, crevette...) des nems, des chaussons, des gyozas, des raviolis vapeur, du frit, des tempuras des yakitoris, des plats chauds (bœuf oignon, crevettes sautées aux légumes, du tofu sauté, du saumon grillé au beurre...) des riz (frits, sautés, nature...), des nouilles, des tartares, des carpaccios fusion et même des pains chinois (mantous, un peu étouffe shintoïste), des pokes, des makis, des sushis, des california rolls, des fondants au chocolat, des mochis. Pas de serveuses avec un coussin dans le dos, mais du Dom Perignon (350 euros) : on est dans le contemporain.

Le résultat de cet inventaire est plutôt agréable, mais ni vraiment gastronomique ni vraiment au centre du dojo. On dirait davantage un buffet chinois (ces grands hangars de périphérie) sur le thème du Japon, avec un bel emballage et des tarifs plus élevés.

Shiyo. Grand Hôtel-Dieu, 2 cour Saint-Martin, Lyon 2e. Réservations sur shiyo.fr. Fermé le dimanche.

Tarifs. 27, 90 € (midi en semaine), 42, 90 € (soir et samedi midi), 46,90 € (samedi soir).

Casabea à Lyon : plongée dans le grand bleu



Casabea compte bien surprendre vos papilles en vous invitant à découvrir ses plats aux saveurs du sud.

En plein cœur de la Presqu'île, le restaurant Casabea et son chef Surendra Carpen proposent une carte étonnante qui invite au voyage. Une immersion dans la cuisine du Moyen-Orient, de la Grèce, de l'Italie et de l'Espagne, toujours à partir de produits frais et de saison.

Dans un décor cocooning et chaleureux, nous sommes invités à nous installer autour d'une grande table en bois très conviviale et plutôt intimiste.

Nous débutons avec les cocktails, la carte en est d'ailleurs remplie, aussi bien de recettes signatures, comme l'Élixir que je choisis, à base de Gin et de liqueur de mandarine, que de cocktails plus classiques comme le Mojito ou l'Espresso Martini.

Les boissons sont accompagnées de succulents tapas à partager : un gravlax de saumon mariné à la betterave, un caviar d'aubergines confit façon baba ganoush, des petits cornetto à la crème de gorgonzola et sa chiffonnade de jambon cru, mais aussi un tataki de thon à la crème de veau braisée et citron confit. Gros coup de cœur pour les croquetas de feta à la crème de maïs !

Après ces amuses bouches qui ouvrent l'appétit, passons au plat. Pour les végétariens, la carte propose un risotto aux légumes d'antan ou une recette de bowl maison très gourmand. Côté mer, des tentacules de poulpes à la plancha, ou bien le filet de bar aux coquillages.

Côté terre, on se laisse tenter par un tajine de poulet à la Chermoula, qui arrivera avec du retard, au moment du dessert des autres convives, en raison d'une légère surcharge au niveau du service. Mais l'attente en valait la peine, le poulet est parfaitement cuit, les abricots sont moelleux et la semoule verte aux herbes fond en bouche.

Des desserts sur mesure

Pour les plus gourmands, la carte des desserts est un véritable paradis. Le chef propose cinq créations originales, tant par la saveur que par la présentation. Il dévoile alors son goût prononcé et pointu pour la conception de recettes singulières. Mention spéciale pour son cigare surprise, un véritable trompe l'œil mêlant chocolat blanc, goyave et autres saveurs surprenantes. À déguster absolument !



[Casabea](#)

Adresse :

5 rue de la Monnaie

69002 Lyon 2ème arrondissement

Une pub recouvre un échafaudage à Bellecour : Netflix a-t-il le droit ?

Depuis plusieurs jours, les lettres rouges du logo Netflix se sont inscrites sur une bâche publicitaire géante, apposée le long d'une façade d'immeuble place Bellecour, pour la promotion de la série *Mercrèdi*. L'occasion de faire le point sur les autorisations de publicités très grand format à Lyon.

La place Bellecour est théâtre de nouveautés cet été : lorsque l'on s'y promène, le regard n'est plus attiré seulement par les ombrières. L'œil inquisiteur et légèrement menaçant d'une jeune fille au teint blafard et aux cheveux de jais vous surplombe sur plusieurs mètres, le long d'une façade d'immeuble.

Il s'agit de *Mercrèdi* Adams, personnage principal de la série éponyme dont Netflix sort une deuxième saison. Pour l'occasion, la plateforme de vidéo à la demande américaine a déployé une stratégie de communication aux petits oignons, incluant le déploiement de cette bâche publicitaire XXL sur un monument lyonnais classé. Alors que la mairie centrale et la Métropole avaient déclaré la guerre à ce type d'affichage en 2021, tentant de réviser le code d'affichage publicitaire local, qu'en est-il aujourd'hui ?

● Comment fonctionne l'affichage de bâches publicitaires sur les façades des bâtiments place Bellecour ?

Dans l'enceinte de la métropole lyonnaise, concernant l'affichage publicitaire, le règlement local de publicité fait loi. Et il énonce clairement : « La publicité est interdite sur bâche de chantier ». Sauf si les enseignes mentionnées sont



Une publicité Netflix s'étale depuis quelques jours le long d'une façade d'immeuble, place Bellecour. Photo Richard Mouillaud

celles intervenant sur ledit chantier, ou celles des commerces cachées par les travaux. La publicité Netflix géante en témoigne, la place Bellecour déroge cependant à la règle, puisque les immeubles qui la jalonnent sont classés monuments historiques. Le code de l'environnement devient donc caduc, et c'est au tour du code du patrimoine d'entrer en scène.

● Concrètement, ça veut dire quoi ?

Ce n'est donc pas la Métropole qui régleme cette publicité, mais la Direction Régionale des Affaires Culturelles (Drac), dépendant du ministère de la Culture, via les Architectes des Bâtiments de France. De ce fait, le président de la Métropole

n'a aucun droit de regard sur ce qui peut être affiché sur ces bâtiments.

● La façade de l'immeuble est-elle un bien privé ou public ?

La façade des immeubles fait partie du bien immobilier : elle appartient donc aux propriétaires, ou copropriétaires, de l'immeuble. La publicité sur celle-ci est donc intéressante pour ces derniers d'un point de vue économique : elle permet de financer en partie les rénovations, comme les ravalements, qui sont imposés par la Ville. Le directeur du développement de LightAir, société en charge de la pose des toiles grand format à Bellecour, confiait ainsi au Progrès en 2021 qu'une bâche

sur échafaudage rapportait 3 000 € par mois en taxes publicitaires à la mairie.

● Et qu'en est-il pour les autres façades ?

Dans le même article, avant le remaniement du code local de publicité, l'adjoint aux Espaces publics, Valentin Lungenstrass, expliquait au Progrès que la Ville de Lyon et la Métropole souhaitaient réduire la présence de publicités sur les façades. « D'abord par la taille », indiquait-il, « ensuite, en ne les autorisant qu'à la condition qu'elles servent à cofinancer des rénovations énergétiques très ambitieuses. »

Concernant le contenu des affichages, seul l'État a le pouvoir de le réguler.

● **Alix Villeroy**

Une référence à l'OL

Il n'y a pas à dire, le géant américain a le sens de la com'. À Paris, Netflix a misé sur un beachclub gothique ; en Bretagne, un jeu de mots sur la météo ; sur les abribus, une blague sur les transports.

Et sur la place Bellecour à Lyon, la plateforme a appuyé là où ça fait mal : le sauvetage *in extremis* de l'Olympique Lyonnais par la Direction nationale du contrôle de gestion (DNCG), destiné à la Ligue 2, il y a peu. On peut ainsi lire en lettres géantes sur l'une des façades place Bellecour, « Certains enterraient déjà votre club... Moi je crois aux revenants ». De quoi piquer au vif les supporters de foot lyonnais, qui ont bien transpiré en ce début d'été.