

GAZETTE COMMERCE

N°12 - HIVER 2026

**L'ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE,
PILIER DU COMMERCE
DE PROXIMITÉ**





sommaire

ILS VIENNENT D'ARRIVER...

PASTEL

Fleuriste & concept store à Téteghem

LA LOGE DE JENNY

Salon de coiffure à Malo-les-Bains

LA MEUTE

Salon de toilettage pour chiens & chats à Malo-les-Bains

PIZZA CITY

Reprise & déménagement d'une pizzeria à Petite-Synthe

VU SUR LES RÉSEAUX...

LES BONNES PRATIQUES DIGITALES DES COMMERCANTS

AU BOOK ADDICT

Bouquinerie 100 % seconde main à Coudekerque-Branche

KOUS

Le premier bar à couscous de Dunkerque

ENTREPRENEURIAT

MOUTHY SAVONNERIE

Savonnerie artisanale biologique - Lauréat du concours Talents BGE

AUDIE VIN

Animations œnologiques

LE SUJET DE LA RÉDAC'

FOCUS SUR LE SECTEUR DU PRÊT-À-PORTER ET DES ACCESSOIRES. DIRECTION 4 BOUTIQUES COUP DE CŒUR !

STORY

Concept store dunkerquois aux notes américaines : vintage & neuf

SIENNA SI

Boutique de vêtements & accessoires pour femme à Dunkerque

MODE AD'AURÉ

Vendre en live Facebook et en boutique ? C'est possible

MADAME LA MOUETTE

Des accessoires décalés pour particuliers et professionnels.

A photograph of a woman with long blonde hair, wearing a dark long-sleeved top and blue jeans, standing in a shop. She is holding a bunch of flowers and looking down at them. In the background, there is a large sign with the word "stel" in a stylized, colorful font. The shop is filled with various colorful flower arrangements.

stel

01

ILS VIENNENT D'ARRIVER

pastel

un nouveau fleuriste au concept
lumineux a ouvert à Téteghem

—6 RUE DES PIERRES, 59229 TÉTEGHEM-COUDEKERQUE-VILLAGE
@PASTEL.FLEURISTE



Depuis le 6 septembre 2025, une nouvelle adresse pleine de douceur et de couleurs a fleuri à Téteghem. Installée au 6 rue des Pierres, Pastel est bien plus qu'un simple fleuriste : c'est un concept store floral, imaginé et porté par Chloé Dequidt, originaire de la commune.

Une reconversion guidée par la passion

Rien ne prédestinait Chloé au métier de fleuriste. Après avoir débuté des études de droit, elle choisit de se reconvertis en 2020. « Je suis tombée dedans un peu par hasard, poussée par ma créativité et mon amour des fleurs », confie-t-elle. Curieuse, elle multiplie les stages d'observation dans des boutiques qui l'inspirent, notamment à Hon'fleur à Rosendael et chez La Pensée à Malo-les-Bains. Très vite, la révélation opère : Chloé se passionne pour ce métier manuel, créatif et coloré.

Elle s'engage alors dans un CAP fleuriste en un an, suivi d'un Brevet Professionnel sur deux ans, réalisés à l'Institut de Genech. Une formation complète qui lui permet d'acquérir à la fois le savoir-faire technique et la créativité nécessaires au métier.



Pastel, un univers doux, coloré et pétillant

Après cinq années d'expérience en tant que fleuriste, Chloé décide de franchir le pas de l'entrepreneuriat et d'ouvrir Pastel, son fleuriste-concept store, à Téteghem, sa ville d'origine. « Le but, c'était vraiment de m'installer ici dans la commune où j'ai grandi. C'est une petite ville qui se développe bien, qui se renforce en commerces depuis quelques années et cet emplacement s'est imposé comme une évidence. »

Elle obtient les clés du local en avril 2025, lance les travaux tout l'été, et ouvre Pastel en septembre. Le nom reflète parfaitement l'univers imaginé : « J'adore les couleurs, tout ce qui est lumineux et pétillant. Pastel décrit bien l'ambiance que je voulais créer. »

Pastel se distingue par une approche concept store, mêlant fleurs, plantes et décoration. On y trouve des plantes d'intérieur et d'extérieur, avec une large part dédiée aux fleurs coupées (80 % de l'offre). Le fil conducteur : faire en sorte que « les gens se sentent bien ici ».



Une démarche locale et responsable

Chloé attache une importance particulière à la fleur locale et de saison, travaillant notamment avec le producteur À l'Ombre des Fougères, situé à Fleurbaix. Elle s'inscrit également dans une démarche anti-gaspillage en rejoignant la plateforme Too Good To Go pour de jolies fleurs à prix réduit.

Ateliers floraux et nouvelles offres

Pastel ne se limite pas à la vente en boutique. Chloé développe aussi des ateliers floraux, comme les couronnes de Noël, les couronnes de fleurs séchées, et propose désormais des abonnements floraux pour apporter de la gaieté dans son intérieur, toute l'année : une idée originale à offrir ou à s'offrir.

Un projet accompagné par les acteurs du territoire

Pour la création de son entreprise, Chloé a bénéficié de l'accompagnement de La Turbine, avec BGE Flandre Crédit. Elle a notamment suivi une formation de 35 heures pour entreprendre ainsi qu'une formation dédiée aux réseaux sociaux pour booster sa communication professionnelle. « L'équipe était super et ma conseillère pleine de bons conseils. Elle m'a permis de mûrir mon projet et de me poser les bonnes questions avant la création. J'ai également bénéficié d'un prêt d'honneur avec Initiative Flandre », souligne-t-elle.

Avec Pastel, Chloé Dequidt apporte une touche de fraîcheur, de créativité et de poésie au paysage commercial de Téteghem, en proposant une expérience florale à la fois moderne, responsable et profondément humaine.



LA LOGE DE JENNY

un salon intimiste et engagé au cœur de Malo-les-Bains



Ouvert depuis huit mois au 46 avenue Adolphe Geeraert à Malo-les-Bains, La Loge de Jenny incarne l'aboutissement d'un parcours passionné et d'un rêve longtemps mûri. À 40 ans, Jenny, coiffeuse depuis l'adolescence, a choisi de se lancer à son compte après une carrière passée dans de grands salons de la Région. Un tournant réfléchi, porté par l'envie d'offrir un lieu qui lui ressemble : chaleureux, intimiste et pensé pour prendre soin de chacun.

Une vocation née très tôt

« J'ai commencé la coiffure à 14 ans », raconte Jenny. Depuis, elle a enchaîné les expériences dans de grandes enseignes locales, où son professionnalisme était si remarqué qu'on venait souvent la recruter pour d'autres salons. Mais avec ses enfants désormais plus grands, l'envie d'indépendance s'est imposée : « À l'aube de mes 40 ans, c'était le moment ou jamais. »

Habitante de Malo-les-Bains et ayant toujours travaillé entre Malo et Dunkerque, Jenny ne s'imaginait pas s'installer ailleurs. Trouver un local bien placé n'a pourtant rien d'évident dans ce quartier très prisé. Elle saisit alors une opportunité rare : un ancien cabinet médical à rénover entièrement. Pendant deux mois et demi, le lieu est transformé de fond en comble pour devenir un salon élégant, moderne et accueillant.

Un accompagnement solide pour structurer le projet

Pour sécuriser et structurer sa création d'entreprise, Jenny s'est faite accompagner par La Turbine, avec l'appui de BGE Flandre Création. « L'accompagnement s'est super bien passé. On a travaillé ensemble pendant près de deux mois sur le business plan et tous les aspects du projet », explique-t-elle. Son dossier clair et bien préparé lui permet ensuite d'obtenir un prêt à taux zéro via Initiative Flandre, une étape décisive pour finaliser son installation. Un parcours exemplaire qui illustre le rôle essentiel des acteurs de l'accompagnement local dans la réussite des commerces de proximité.

–46 AV. ADOLphe GEERAERT, 59240 DUNKERQUE
@LA_LOGE_DE_JENNY





Un salon intimiste, une expertise affirmée

Pour le moment, Jenny travaille seule, volontairement. Elle reçoit deux clientes maximum à la fois, pour garantir calme, qualité du service et attention personnalisée. « Aujourd’hui, les gens ont envie de prendre du temps pour eux. Ici, c’est leur moment privilégié. » Jenny se distingue par son expertise technique et l’utilisation de produits haut de gamme, engagés et respectueux de l’environnement. Elle a choisi la marque Kevin Murphy, une référence australienne vegan et écologique.

Le salon propose également des soins spécifiques de plus en plus recherchés :

- soin botox réparateur,
- cures anti-chute, notamment pour les personnes souffrant d’alopécie sévère ou revenant d’un traitement de chimiothérapie.

Toujours en quête d’excellence, Jenny suit régulièrement des formations : nouvelles techniques de balayage, tendances coupe... et déjà des sessions programmées pour 2026.

Une clientèle locale et fidèle

La Loge de Jenny accueille une clientèle variée : femmes, hommes, enfants, familles. Beaucoup viennent du quartier ou de l’agglomération, séduits par l’atmosphère sereine du lieu et la qualité du travail. Très présente en ligne, Jenny utilise Planity pour faciliter la prise de rendez-vous, un choix qui porte ses fruits, la majorité des réservations venant de la plateforme. Elle partage également des avant/après et des vidéos sur Instagram et Facebook, et diffuse même sa communication sur l’écran de la patinoire Michel Raffoux de Dunkerque.

Un nouveau lieu qui enrichit la vie commerçante de Malo

Avec son approche douce, engagée et professionnelle, La Loge de Jenny s’inscrit déjà comme une nouvelle adresse de référence à Malo-les-Bains. Un salon où l’on vient autant pour se faire coiffer que pour s’accorder une pause bien-être. Une belle réussite entrepreneuriale, portée par la détermination d’une professionnelle passionnée et soutenue par l’écosystème d’accompagnement local.

LA MEUTE



UN NOUVEAU SALON DE
TOILETTAGE OUVRE SES
PORTES À MALO-LES-BAINS





Depuis le 9 septembre, un nouveau commerce a fait son arrivée à Malo-les-Bains : La Meute, le salon de toilettage ouvert par Cléonie Bavay, passionnée de bien-être animal et jeune cheffe d'entreprise. Situé 41 avenue Kléber, ce nouvel espace dédié aux chiens – et même aux chats – place la douceur, l'écoute et la technicité au cœur de chaque prestation.

Une vocation née de l'amour des animaux

« J'adore les chiens, je les ai toujours toilettés moi-même », raconte Cléonie. C'est cette passion naturelle qui l'a finalement menée à suivre une formation de toiletteur canin et félin. Elle obtient brillamment son CTM, un titre professionnel équivalent du CAP, reconnu par l'État et inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP). Cléonie complète son apprentissage aux côtés de comportementalistes canins, où elle se spécialise dans le bien-être animal et la désensibilisation : une méthode d'éducation et d'accompagnement qui vise à aider votre animal à réduire ses peurs, son stress ou ses réactions excessives face à certaines situations. Aujourd'hui, son salon ouvre ses portes à tous les chiens, du petit compagnon plein d'énergie aux grands gabarits parfois refusés ailleurs. Une approche bienveillante et sans jugement qui a déjà conquis sa clientèle.

La Meute Grooming : un salon pensé pour le bien-être

Être cheffe d'entreprise était une évidence pour Cléonie : « Je voulais être mon propre patron, avoir une activité qui me passionne et qui fait sens. » Cléonie propose des prestations complètes, dont une offre balnéothérapie, très appréciée, pour détendre et soulager votre animal. Bain, brushing, démêlage, coupe / tonte, épilation et même massages... pour le corps et l'esprit de votre compagnon. La jeune cheffe d'entreprise a également à cœur de travailler exclusivement avec des produits français et bio : Biogance et Idéal Plantes pour respecter la peau sensible des animaux (et du toiletteur par la même occasion). Parce que beaucoup de commerçants et professionnels exercent le samedi, le lundi devient souvent le seul jour disponible. La Meute reste ouvert, répondant à un vrai besoin local.

Un emplacement stratégique au cœur de Malo

Accompagnée par BGE Flandre Crédit et Initiative Flandre à la Turbine pour le lancement, le développement et le financement de son projet, Cléonie a choisi Malo-les-Bains pour ouvrir son commerce dans une ancienne librairie vendant des ouvrages historiques. Un quartier vivant, familial, où les propriétaires d'animaux sont nombreux et recherchent une relation de confiance avec leur toiletteur.

Une ambition tournée vers la transmission

Cléonie voit plus loin : La Meute est pour elle un point de départ. Animée par l'envie de transmettre, elle souhaite à terme partager sa méthode de travail et son approche du toilettage, fondées sur le respect de l'animal et la qualité du geste. En attendant, elle consolide sa clientèle locale et s'inscrit pleinement dans la dynamique commerciale de Malo-les-Bains.

Réservez votre créneau pour votre boule de poils directement en ligne sur son site Internet : la-meute-toilettage.fr. La Meute s'impose déjà comme une adresse incontournable pour les amoureux des animaux. Un commerce chaleureux, engagé et porté par une entrepreneure déterminée à faire rimer toilettage, douceur et professionnalisme.

3342 AVENUE DE PETITE-SYNTHÉ -
59640 DUNKERQUE
@PIZZA CITY PETITE-SYNTHÉ

PIZZA CITY

Petite-Synthe



PIZZA-CITY.FR/PETITE-SYNTHÉ/

UNE NOUVELLE IMPULSION PORTÉE PAR DEUX
JEUNES ENTREPRENEURS DU TERRITOIRE



PIZZAS GÉNÉREUSES PRODUITS FRAIS NOUVELLE OFFRE

Située au 3342 avenue de Petite-Synthe à Dunkerque, la pizzeria Pizza City connaît un nouveau chapitre enthousiasmant. La franchise a été reprise par deux jeunes associés dunkerquois, déterminés à redonner un souffle d'énergie à cette adresse emblématique du quartier. Rencontre avec l'un d'entre eux : Tony Cys, jeune entrepreneur passionné et profondément attaché à son territoire.

Une reprise ancrée dans le local

Anciennement employés chez Pizza City depuis plusieurs années, les deux associés n'ont pas repris la pizzeria par hasard. « Nous avions envie de franchir un cap et de prendre davantage de responsabilités. L'opportunité de ce local, situé à quelques pas de l'ancienne adresse, est arrivée au bon moment. Petite-Synthe est un quartier dynamique, avec une clientèle fidèle. Nous savions que nous pouvions apporter quelque chose de nouveau tout en préservant l'ADN de Pizza City », explique Tony.

Le duo a rapidement pris ses marques, réorganisant l'espace de travail, repensant certains process et enrichissant l'offre de produits pour renforcer la qualité et la rapidité du service. Leur ambition : faire de Pizza City une valeur sûre pour tous les habitants du secteur, sur place comme en livraison (livraison de 1 à 3,50 €).

Un accompagnement déterminant par La Turbine

Si la reprise s'est déroulée avec fluidité, c'est aussi grâce à l'accompagnement de La Turbine, la place des entrepreneurs à Dunkerque. Dès les premières démarches, Tony et son associé ont été épaulés dans leur réflexion, la structuration de leur projet et les étapes clés de la reprise. Grâce à un passage en commission, ils obtiennent rapidement un prêt d'honneur avec Initiative Flandre.

« La Turbine nous a vraiment aidés à y voir plus clair, notamment sur la partie administrative, le business plan et l'analyse du potentiel commercial. On se sent soutenus, et ça fait toute la différence quand on devient entrepreneur », souligne Tony.



Une pizzeria qui retrouve une nouvelle dynamique

Aujourd'hui, Pizza City Petite-Synthe affiche une belle activité et bénéficie d'un bouche-à-oreille très encourageant. Les deux associés souhaitent continuer sur cette lancée en apportant des nouveautés à la carte et en renforçant encore leur présence sur les réseaux sociaux.

« On veut proposer une expérience simple et qualitative avec des pizzas généreuses et originales. Nous travaillons essentiellement avec des produits frais », affirme Tony. Craqueriez-vous pour la Sweet (sauce tomate, pepperoni, haché au boeuf, merguez, émincé de poulet, émmental, mozzarella, sauce burger) ? Ou pour la Texas (sauce tomate, boeuf épicé, champignons, chorizo, emmental, mozzarella) ?

Avec énergie, ambition et un ancrage local fort, les deux entrepreneurs s'imposent déjà comme de nouveaux acteurs du dynamisme commercial de Petite-Synthe. Une success-story locale qui illustre la capacité du territoire à faire émerger des projets dynamiques. Pour découvrir la pizza du moment, les entrées, les tartines et bien plus encore, rendez-vous sur leur site Internet : pizza-city.fr/petite-synthe/.



02

ENTREPRENEURIAT

UNE SAVONNERIE ARTISANALE NÉE D'UN RETOUR À L'ESSENTIEL

MOUTHY SAVONNERIE ET COSMÉTIQUES



SONYA DESMAZIERES
FONDATRICE

Fondatrice de Mouthy Savonnerie, Sonya Desmazieres a transformé une épreuve personnelle en un projet entrepreneurial engagé. Installée à Coudekerque-Branche, elle fabrique des savons et soins artisanaux, éthiques et responsables, pensés pour le bien-être du corps et le respect du vivant. Une aventure locale, sincère et résolument tournée vers l'entraide.

INFOS & ACHATS SUR :
www.mouthy.fr

Un parcours professionnel en quête de sens

Titulaire d'un bac professionnel secrétariat, Sonya Desmazieres évolue plusieurs années dans le secteur de l'immobilier. Mais avec le temps, l'envie de revenir à quelque chose de plus concret, plus ancré et plus en accord avec ses valeurs personnelles s'impose. Une période de burn-out, associée à une maladie de peau chronique, agit alors comme un véritable déclencheur. Elle commence à s'interroger sur son quotidien, notamment sur les produits cosmétiques qu'elle utilise. En étudiant de plus près leur composition, elle découvre des formules parfois peu respectueuses de la peau et de l'environnement. Une prise de conscience qui l'amène à explorer un nouvel univers : la fabrication artisanale de savon.

La découverte d'un métier artisanal exigeant

Curieuse et déterminée, Sonya passe une journée d'immersion auprès d'un savonnier à Lille afin de découvrir le métier. Très vite, elle comprend que la savonnerie artisanale ne s'improvise pas. Entre réglementation cosmétique, formulation et sécurité, le métier demande rigueur et expertise. Elle se forme alors en profondeur, notamment à Limoges en 2021, à travers une formation complète « Ouvrir sa savonnerie artisanale », décomposée en cinq modules : savons solides, savons liquides, gestion d'un établissement... Elle complète ce parcours par une seconde formation à Avignon, auprès d'une spécialiste des cosmétiques bio afin d'approfondir ses connaissances.



Mouthy Savonnerie, un hommage et des valeurs fortes

La savonnerie voit officiellement le jour en mars 2024. Son nom, Mouthy Savonnerie, est un hommage intime : Mouthy était le surnom de la grand-mère de Sonya, à qui elle souhaitait rendre hommage à travers ce projet. Sonya travaille seule, depuis un laboratoire aménagé au premier étage de sa maison, à Coudekerque-Branche. Elle y fabrique ses produits selon la technique de saponification à froid, reconnue pour préserver les propriétés des ingrédients. Très engagée, elle privilégie des ingrédients éthiques, avec une attention particulière portée au respect du vivant. Les matières premières sont bio et locales lorsque cela est possible. Aucun produit ne contient d'huile de palme, jugée non éthique, et toutes les formules sont validées par un toxicologue, conformément à la réglementation cosmétique.

Une jeune entreprise déjà bien implantée localement

Aujourd'hui, Mouthy Savonnerie propose une gamme volontairement courte et maîtrisée : trois savons solides, deux huiles végétales et un baume au monoï, soit six produits au total. Mais les projets de développement sont nombreux : savons parfumés, gels douche, déodorants, baumes à lèvres, toujours dans une logique de qualité et de respect du consommateur. La commercialisation s'appuie sur un site Internet marchand, lancé il y a un an, ainsi que sur une forte présence sur les événements, salons et marchés artisanaux du territoire de la Communauté urbaine de Dunkerque et des Flandres : salon de printemps à Rosendaël, marchés à Zegerscappel et Herzeele, Salon Made in Coudekerque, Fête de la plage à Leffrinckoucke, entre autres. Ses produits sont également distribués chez plusieurs commerçants partenaires, tels que Envie de Grenier, Maison Jouve ou encore La Maison du Savon de Marseille.





Entrepreneuriat, accompagnement et entraide

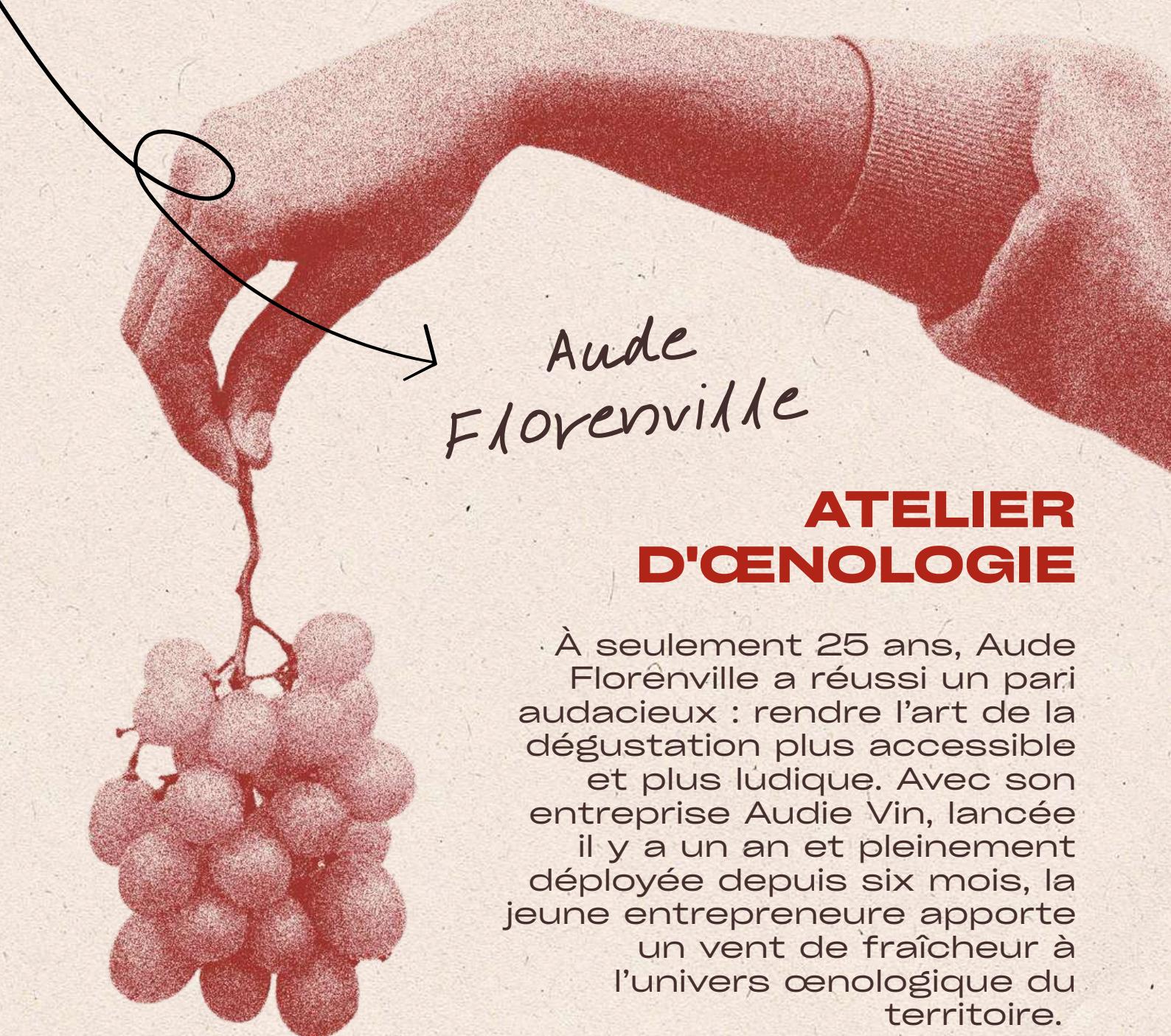
Au-delà de la fabrication, Mouthy Savonnerie s'inscrit dans une véritable dynamique entrepreneuriale locale. Sonya a été accompagnée par La Turbine et BGE Flandre Création, notamment pour la réalisation de son business plan, et a suivi plusieurs formations (réseaux sociaux, Canva, site Internet marchand), notamment durant la période Covid.

Cette démarche lui a permis de remporter le Concours Talents BGE, dans la catégorie Artisanat. Une expérience marquante pour la cheffe d'entreprise : « Ce concours m'a permis de faire une rétrospective des six dernières années et de réaliser le chemin parcouru. Après l'oral, je me suis dit que j'avais aussi mes chances. Je suis très heureuse d'avoir fait ce concours. »

Aujourd'hui, Mouthy Savonnerie collabore également avec des professionnels du bien-être, comme Les Massages de Jeanne ou Yoga Visage Gaëlle, qui utilisent ses produits lors de leurs soins.

Avec Mouthy Savonnerie, Sonya incarne une entrepreneure engagée qui place la qualité, l'éthique et l'humain au cœur de son projet, tout en contribuant activement au dynamisme artisanal du territoire.

AUDIE VIN SOMMELIÈRE

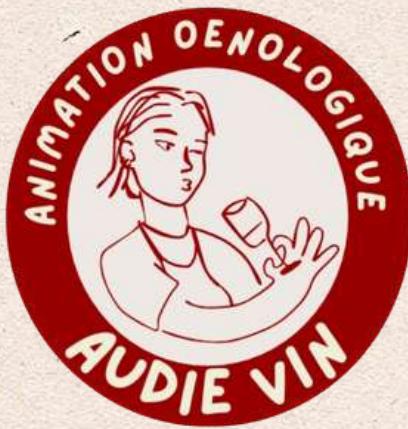


Aude
Florenville

ATELIER D'ŒNOLOGIE

À seulement 25 ans, Aude Florenville a réussi un pari audacieux : rendre l'art de la dégustation plus accessible et plus ludique. Avec son entreprise Audie Vin, lancée il y a un an et pleinement déployée depuis six mois, la jeune entrepreneure apporte un vent de fraîcheur à l'univers œnologique du territoire.

www.audievin.fr



Un parcours atypique, guidé par la passion

Si Aude a toujours eu envie de transmettre, rien ne la prédestinait réellement au vin. Après des études de journalisme, elle ne se reconnaît finalement pas dans la profession et se recentre sur ce qu'elle aime le plus : « boire et manger » (rires). Elle fait alors ses premiers pas au Comptoir du Mont Bleu à Paris, une cave-fromagerie tenue par un Meilleur Ouvrier de France. Une rencontre déterminante qui lui ouvre les portes du monde des arômes.

Très vite, Aude se prend au jeu : cartes viticoles en guise de décoration, immersion totale dans les régions, les terroirs, les cépages... Sa soif d'apprendre la conduit dans les palaces comme dans les brasseries, où elle gravit les échelons à grande vitesse jusqu'à devenir directrice adjointe d'un restaurant en quête d'étoile. Mais l'ambiance y est hostile, « Un jour, j'ai dit stop. » Elle refuse un master à Sciences Po Lille et choisit une autre voie : le vin.

Elle devient alors sommelière en chef du Musée du Vin de Paris, découvre des horaires plus humains et retrouve une vie personnelle équilibrée. Pourtant, l'envie d'entreprendre persiste.

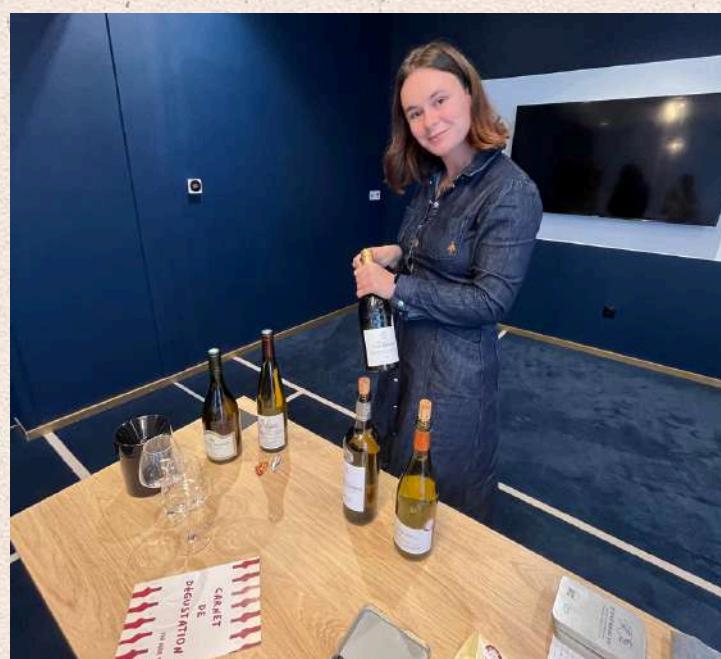
Son arrivée à Dunkerque marque un tournant. Elle pousse la porte de la CCI Littoral Hauts-de-France à la Turbine, explore ses idées, se forme avec la formation « 15 jours pour entreprendre », construit un projet solide et obtient son premier prêt bancaire grâce à Initiative Flandre. L'aventure Audie Vin peut commencer dans les meilleures conditions. .

Audie Vin : apprendre le vin autrement

Avec Audie Vin, Aude souhaite casser les codes de l'oenologie traditionnelle : « L'objectif, c'est de rajeunir l'image du vin et de rendre les bonnes choses accessibles à tous. » Ses ateliers sont pensés comme des parenthèses conviviales de deux heures, où l'on décortique un petit bout du vaste univers viticole. Deux formats phares se distinguent :

À destination des particuliers, Audie Vin propose des expériences œnologiques sur mesure, mêlant pédagogie, convivialité et plaisir des sens. Des cours et dégustations sont organisés au sein d'hôtels partenaires prestigieux, tels que le Radisson Blu ou le Manoir Hôtel du Touquet, autour de thématiques définies à l'avance. Ces rendez-vous permettent aux amateurs de vin, débutants comme initiés, d'approfondir leurs connaissances dans un cadre élégant et chaleureux. Audie Vin intervient également directement au domicile des clients, en construisant des dégustations personnalisées selon leurs envies, leurs goûts et les thématiques de leur choix, pour une expérience intimiste et entièrement adaptée.

Les entreprises ne sont pas en reste. Audie Vin développe des animations originales et fédératrices autour d'un escape game œnologique, conçu pour des groupes de 6 à 150 personnes. Pensée comme une véritable expérience ludique et immersive, cette animation invite les participants à découvrir l'univers du vin à travers une série de mini-jeux. Parmi eux, des ateliers sensoriels permettent par exemple de comprendre les millésimes à l'aide de fioles de différentes couleurs ou d'identifier les cépages grâce à des fioles d'arômes. Le tout est rythmé par des défis, des échanges et des cadeaux à remporter, favorisant la cohésion d'équipe et la convivialité.



Infos pratiques

Site : audievin.fr

Instagram & LinkedIn : @audievin

Tarifs : à partir de 35 € (1h) à 50 € (2h).

En général, 6 vins dégustés par cours.

Supplément : +15 € pour un cru supérieur, +30 € pour un grand cru.

Avec Audie Vin, Aude Florenville dépoussiète l'œnologie et prouve qu'apprendre le vin peut être simple, drôle et passionnant. Un bel exemple d'entrepreneuriat local qui valorise le savoir-faire, la transmission et le plaisir avant tout.



03 VU SUR LES RÉSEAUX



AU BOOK ADDICT

la passion du livre de seconde main



“On est tous un peu accro aux livres !” C'est de cette conviction qu'est née Au Book Addict, la bouquinerie tenue par Aurélie, installée depuis octobre 2024 au 73 boulevard Jean-Jaurès à Coudekerque-Branche. Une adresse devenue, en quelques mois seulement, un véritable repaire pour les amoureux de lecture à petits prix... et à faible impact environnemental.

Avant de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale, Aurélie a longtemps évolué dans un tout autre univers. Manager à Cap Dunes pendant sept ans, elle nourrit pourtant depuis toujours une passion profonde pour les livres. Après un bac littéraire, avec l'envie de travailler dans l'édition, elle concrétise peu à peu son rêve en intégrant la Bouquinerie des Flandres à Dunkerque en juillet 2023. Une expérience marquante, tant sur le plan professionnel qu'humain.

Lorsque la boutique ferme en mai 2024, Aurélie ne renonce pas. Bien au contraire. Le lien fort créé avec les clients, leur fidélité et leurs encouragements la poussent à franchir le pas : ouvrir sa propre bouquinerie. Coudekerque-Branche s'impose comme une évidence. “Il n'y avait jamais eu de bouquinerie ou de librairie ici.” explique-t-elle.

Au Book Addict fait le choix assumé du 100 % seconde main. Les livres sont rachetés directement auprès des particuliers, puis remis en rayon avec soin. Les lecteurs y trouvent principalement des romans (historiques, autobiographiques...), mais aussi une section jeunesse, des bandes dessinées, des mangas ainsi qu'un rayon dédié aux mangas pour adultes. Pour rendre la lecture accessible à tous, certains ouvrages sont proposés à partir de 50 centimes : une invitation à lire, découvrir, oser.

L'engagement d'Aurélie est aussi écologique et local. Pas d'envoi postal : ici, on privilégie le conseil en boutique, l'échange et la proximité. Un aspect auquel la bouquinière tient particulièrement. “J'adore apporter le côté conseils”, confie-t-elle. Chaque semaine, elle met d'ailleurs un livre à l'honneur, recommandé parmi les pépites du magasin.

Très active sur les réseaux sociaux – Facebook, Instagram et TikTok – c'est sur Facebook que la communauté est la plus engagée. Aurélie y partage les nouveautés de la boutique et les temps forts de la vie d'Au Book Addict. Une fois par mois, la bouquinerie accueille également des auteurs en dédicace, une parenthèse littéraire autour des livres, favorisant la rencontre entre écrivains et lecteurs.

Pour structurer son projet, Aurélie a bénéficié de l'accompagnement de La Turbine, notamment à travers deux formations auto-entrepreneur avec BGE Flandre Création. Un appui précieux pour lancer sereinement cette activité passion.

Ouverte du lundi au samedi, Au Book Addict s'impose déjà comme un commerce de proximité incontournable, où chaque livre a une seconde vie... et chaque lecteur, une bonne raison de devenir accro.

–73 BD JEAN JAURÈS, 59210 COUDEKERQUE-BRANCHE
@BOUQUINERIEBOOKADDICT



KOÜS



→
-34 RUE CLÉMENCEAU, 59140 DUNKERQUE
@KOUS.DUNKERQUE

KOUS

LE PREMIER BAR À COUSCOUS
DE DUNKERQUE

est arrivé en
centre-ville !



Depuis bientôt un an, une nouvelle adresse gourmande a fait son apparition en plein cœur de Dunkerque. Situé au 34 rue Clemenceau, Kous est le premier bar à couscous de la ville, un concept original et convivial porté par Malik, Dunkerquois passionné et gérant de l'établissement.

L'idée de Kous a germé il y a environ deux ans. « J'ai vu un reportage à la télévision sur les enseignes de restauration rapide émergentes et j'ai découvert ce concept de bar à couscous. J'en ai immédiatement parlé avec des amis », explique Malik. D'abord attiré par le format food truck, il découvre finalement Kous à Paris, une petite franchise créée par trois frères et encore peu développée en France. Séduit par le concept, il obtient leur accord pour ouvrir un établissement à Dunkerque, avec une liberté totale dans la gestion et le développement du projet.

UN CONCEPT SIMPLE ET GOURMAND : LE COUSCOUS SUR MESURE

Au-delà de l'aspect entrepreneurial, le projet revêt une dimension personnelle forte : « J'ai voulu créer ce projet en hommage à mon père qui aimait réunir ses proches autour d'un bon repas. » Après avoir suivi les formations obligatoires en hygiène et sécurité, Malik ouvre Kous Dunkerque, qui fêtera bientôt sa première année d'activité.

Kous propose un concept de bar à couscous, où chacun compose son plat selon ses envies. Deux formats sont disponibles (500 g ou 800 g), avec un large choix de garnitures : 7 légumes et 4 viandes (poulet, merguez, boulettes...). Le bouillon, élément central du plat, a été élaboré par un Meilleur Ouvrier de France, garantissant authenticité et qualité. Côté tarifs, le premier prix débute à 9,90 €, puis 12,90 € avec une viande, et une formule complète à 16,90 € est également proposée. Malik développe par ailleurs une offre de soupes, en complément de la carte.



UN PROJET ACCOMPAGNÉ PAR LES ACTEURS DU TERRITOIRE

S'installer en centre-ville s'est imposé naturellement. « J'aime ma ville, je suis Dunkerquois et je voulais être au cœur de l'activité », confie Malik. Proche de l'hôtel de ville, l'emplacement répond parfaitement à sa volonté de participer au dynamisme commercial du centre. Pour concrétiser son projet, Malik a fait appel à La Turbine, avec un accompagnement assuré par BGE Flandre Crédit pour l'élaboration de son business plan ainsi que par Initiative Flandre, notamment via l'obtention d'un prêt d'honneur. « Se faire accompagner quand on lance une entreprise est essentiel. Avoir des conseils, être entouré, ça fait vraiment la différence », souligne-t-il.

Kous propose également un service traiteur pour les entreprises et l'événementiel. Avec Kous, Malik enrichit l'offre de restauration dunkerquoise et propose un concept chaleureux, accessible et résolument tourné vers le partage. Une adresse qui trouve naturellement sa place au cœur du centre-ville.





04 SUJET DE LA RÉDAC'

Spécial prêt-à-porter & accessoires

RÉINVENTER *l'expérience* SHOPPING

Le secteur de l'équipement de la personne se trouve aujourd'hui à un tournant décisif, oscillant entre réalités économiques complexes et opportunités inédites de réinventer l'expérience shopping. Dans un contexte où la fast fashion en ligne grignote des parts de marché, comment les boutiques de centre-ville, peuvent-elles non seulement survivre, mais devenir des destinations incontournables pour leurs clients ?

Les grandes tendances 2026

Les consommateurs d'aujourd'hui ne cherchent plus uniquement des vêtements ou des accessoires, mais des émotions, des expériences et des valeurs. Parmi les tendances qui s'imposent pour 2026 :

- *L'écoresponsabilité et la transparence* : les clients ont un œil avisé sur l'impact environnemental et social de leurs achats.
- *L'hyper-personnalisation* : du conseil style sur mesure aux collections limitées, la personnalisation devient un levier fort pour se distinguer. Là où les plateformes en ligne proposent des catalogues standardisés, le commerce de proximité peut offrir une relation directe et sur-mesure.
- *L'omnicanalité assumée* : être présent uniquement en boutique n'est plus suffisant ; l'essor de la digitalisation impose une stratégie fluide entre le physique et le digital.

Entre authenticité, expérience client enrichie et intégration digitale, les boutiques de centre-ville peuvent non seulement tenir face à la concurrence en ligne, mais aussi devenir des lieux vivants, désirables et durables.



LA NOUVELLE ADRESSE MODE
QUI DYNAMISE LA RUE DU SUD

STORY

IL ÉTAIT UNE FOIS...
L'HISTOIRE DES MARQUES

VINTAGE



*Story,
Le concept store aux notes américaines
qui fait vibrer Dunkerque.*

STORY

RENCONTRE AVEC MORGAN PAVAUT
– 19 RUE DU SUD, 59140 DUNKERQUE
@STORY_DUNKERQUE

Située au 19 rue du Sud, la boutique Story a ouvert ses portes il y a quelques semaines et attire déjà les amoureux de mode authentique, responsable et intemporelle. Derrière ce concept store unique à Dunkerque, on retrouve Morgan Pavaut et Élodie Brandt, un couple d'entrepreneurs bien connu du territoire. Nous avions découvert le sens du conseil client de Morgan chez Gaspard et Célestin, puis l'univers déco vintage d'Élodie chez Slow, au sein du corner de la boutique Trezor. Aujourd'hui, ils dévoilent le projet de leur vie. La Gazette Commerce est partie à la rencontre de Morgan pour comprendre la genèse de cette nouvelle aventure, et découvrir ce qui fait la particularité de Story, un lieu où les vêtements ont... une histoire.

« Nous voulions créer un vestiaire partagé avec une vraie âme. »

Morgan, on t'a connu chez Gaspard et Célestin, puis chez Slow avec Élodie. Aujourd'hui, tu présentes Story. Pourquoi avoir quitté ta première affaire pour créer cette nouvelle boutique ?

J'ai passé près de dix ans chez Gaspard et Célestin, et même si cette expérience a été formidable, j'ai ressenti un besoin profond de renouveau. Mes goûts ont évolué et je ne me retrouvais plus totalement dans ce que je vendais. J'avais surtout envie d'intégrer davantage de seconde main, un marché qui représente l'avenir du textile.

Élodie m'a rejoint dans ce nouveau défi en tant qu'associée : elle apporte sa touche féminine, son sens du style et un regard complémentaire indispensable. Quand ce local, autrefois un barbier, s'est retrouvé à la vente, nous avons hésité, car ce n'était pas un coup de cœur immédiat. Mais les opportunités sont rares à Dunkerque, alors nous avons réalisé une vraie étude de marché... et le potentiel était là. Aujourd'hui, Story est un challenge, mais surtout une nouvelle offre pour dynamiser la rue.

De quoi s'inspire Story ? Que peut-on retrouver dans ta boutique ?

Story s'inspire principalement de nos voyages, notamment aux États-Unis. Là-bas, les concept stores mêlent naturellement pièces neuves et vintage, et c'est

exactement ce que j'ai voulu ramener ici. Le nom Story vient de cette envie de mettre en avant les histoires derrière les vêtements, les marques qui ont un passé, une identité forte. On retrouve par exemple Stan Ray ou Stetson, des marques iconiques, avec du caractère. J'aime l'idée que les clients sachent ce qu'ils portent, et pourquoi ces pièces ont traversé les époques. La boutique propose donc un vestiaire partagé homme-femme ainsi qu'un large choix d'accessoires. C'est un espace où chacun peut trouver un style qui lui ressemble.

Tu proposes beaucoup de pièces vintage chinées avec soin. Penses-tu que la seconde main soit l'avenir du prêt-à-porter ?

Absolument. On pourrait habiller trois générations avec les vêtements déjà existants aujourd'hui. La seconde main est indispensable pour l'avenir du textile, mais il faut qu'elle soit perçue comme qualitative. Je veux proposer du vintage accessible à une clientèle différente, moderne, exigeante. Ici, tout est sélectionné pièce par pièce, lavé, préparé, réfléchi. On travaille avec des fournisseurs spécialisés, mais aussi des collectionneurs, ce qui me permet de proposer des tailles variées, jusqu'au XXL.

Quelles époques t'inspirent dans tes sélections ?

Je suis un grand fan des années 50 et des années 90. Beaucoup de marques actuelles s'inspirent des années 50, comme Pompeii, et c'est un style que j'adore revisiter. Pour le vintage, ce sont clairement les années 90 qui dominent ma sélection, notamment tout ce qui touche au sport américain. Ce sont des pièces fortes, iconiques, qui plaisent beaucoup. Nous choisissons tout à la pièce, sans lot, pour garantir un niveau de qualité élevé. Côté chaussures, la boutique propose du 36 au 45, pour toucher un public très large.

Tu as été accompagné par La Turbine pour le lancement de Story, notamment par BGE Flandre Crédit et Initiative Flandre. En quoi cela t'a aidé ?

C'était essentiel. Quand on se lance par passion, on peut vite se voiler la face. L'accompagnement m'a apporté un regard professionnel, un recul nécessaire sur le projet, et surtout un plan de financement solide que je suis à la lettre. C'est rassurant et structurant pour une ouverture comme celle-ci.

Avec Story, Morgan et Élodie offrent à Dunkerque une boutique hybride et authentique. Un lieu où l'on consomme autrement, sans renoncer au style. Story, c'est une invitation à redécouvrir la mode avec cœur, mémoire... et personnalité.





SIENNA SI

DE BELLES PIÈCES
POUR SUBLIMER VOS LOOKS

-24 RUE DU PRÉSIDENT POINCARÉ, 59140 DUNKERQUE



SIENNA SI

UNE BOUTIQUE DE MODE REPRISE AVEC PASSION AU COEUR DE DUNKERQUE @SIENNA_SI DUNKERQUE

Au 24 rue du Président Poincaré, en plein centre-ville de Dunkerque, la boutique Sienna Si incarne aujourd'hui une mode féminine élégante et résolument dans l'air du temps. Reprise il y a deux ans par Marine Goupe, jeune entrepreneure dynamique qui vient tout juste de fêter ses 30 ans, l'enseigne poursuit son histoire tout en se réinventant.

Une passion pour la mode forgée par l'expérience

Avant de se lancer dans l'entrepreneuriat, Marine Goupe a construit un solide parcours dans le commerce de prêt-à-porter. Originaire de Dunkerque, elle fait ses armes au sein de grandes marques reconnues telles que Ba&sh et Bérénice, notamment au Touquet-Paris-Plage. Grâce à son engagement et à sa passion pour la mode, elle gravit progressivement les échelons jusqu'à devenir responsable de boutique.

Forte de cette expérience, l'envie de revenir à ses terres natales s'impose. C'est alors qu'une opportunité se présente : la gérante de la boutique Sienna Si souhaite céder son commerce. Marine décide de se lancer et de reprendre l'entreprise.

Une transmission en douceur et un accompagnement structurant

La reprise de Sienna Si s'effectue dans un climat de confiance, avec une transmission progressive assurée par l'ancienne gérante. Consciente des enjeux d'un tel projet, Marine se fait accompagner par La Turbine Dunkerque, avec l'appui de BGE Flandre Création et Initiative Flandre. Cet accompagnement lui permet notamment d'obtenir un prêt d'honneur à taux zéro, à l'issue d'un passage en commission réussi. « Reprendre une entreprise, c'est une belle aventure », confie-t-elle. La boutique bénéficie déjà d'une excellente renommée et d'une clientèle fidèle, un socle solide sur lequel Marine va pouvoir s'appuyer pour développer sa vision.

En conservant le nom Sienna Si, Marine choisit de respecter l'histoire de la boutique tout en faisant évoluer progressivement son offre. Son credo : proposer des marques éthiques, durables, avec de belles matières et des pièces intemporelles, pensées pour durer dans le temps.



Chaque saison, elle sélectionne avec soin ses collections auprès de marques telles que Rouge Édit, Orfeo, Vila, Object, FRNCH Paris, Fam, et bien d'autres. La boutique propose également une large gamme d'accessoires : écharpes, sacs, bonnets, foulards, pour compléter chaque silhouette.

Une boutique connectée à sa clientèle

Très active sur les réseaux sociaux, Marine partage régulièrement les nouveautés, les coups de cœur de saison et les promotions. Des ventes privées sont également organisées pour remercier et fidéliser sa clientèle. Avec Sienna Si, Marine Goupe participe pleinement au dynamisme du commerce de centre-ville, en proposant une mode féminine responsable, actuelle et accessible, portée par une entrepreneure engagée et passionnée.



MODE AD'AURÉ

la boutique dunkerquoise qui transforme les réseaux sociaux en véritable moteur de succès

Installée au 225 route de Fort-Mardyck à Dunkerque, Mode ad'Auré est bien plus qu'une simple boutique de prêt-à-porter. C'est une histoire d'audace, de passion et de réinvention, portée depuis quatre ans par Aurélie Micek, 35 ans, qui a su faire du numérique un levier de développement hors du commun.

Du salon familial à une boutique incontournable

L'aventure démarre il y a six ans, en pleine période Covid. Auparavant auxiliaire de vie, Aurélie ne se destinait pas du tout à l'entrepreneuriat. « Au début, j'ai commencé mon activité de vente de vêtements pour femme à la maison pendant deux ans. Je n'avais pas confiance en moi, ce n'était pas vraiment ce que je voulais faire..., mais c'était tellement tendance, j'ai voulu tester ! » confie-t-elle.

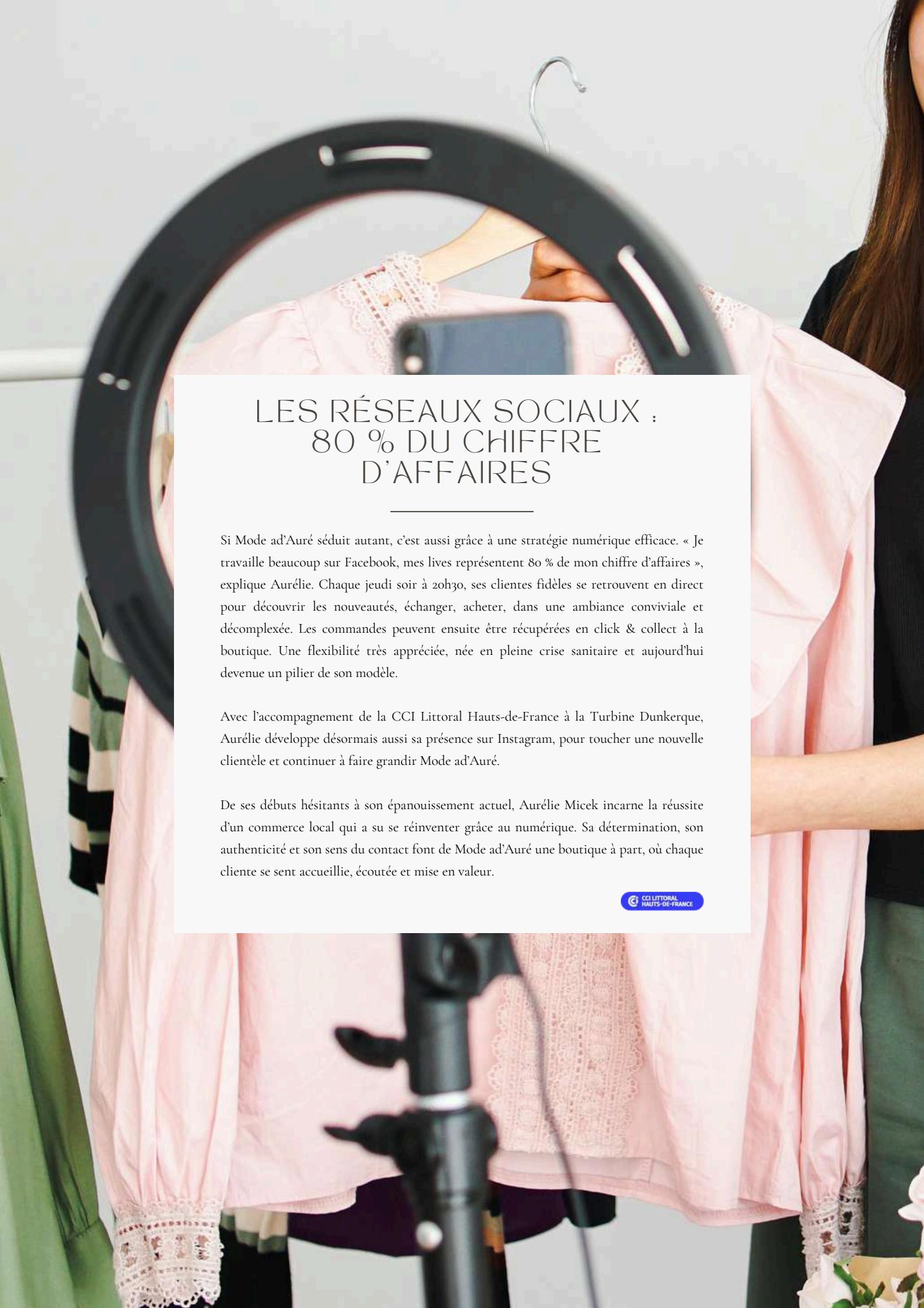
Son activité prend rapidement de l'ampleur. Trop, même. « Je n'arrivais plus à faire la part des choses entre ma vie professionnelle et ma vie personnelle. » La solution devient une évidence : trouver un local pour structurer l'activité. En trois mois, l'opportunité parfaite se présente. Un emplacement idéal, à proximité de places de stationnement. Mode ad'Auré ouvre officiellement ses portes.

Une boutique pensée pour toutes les femmes

Aujourd'hui, Aurélie ne se verrait plus faire autre chose. Elle propose une sélection variée de prêt-à-porter féminin, du 34 au 52, permettant à toutes les morphologies de trouver leur bonheur. Vêtements tendance, bijoux, accessoires, idées cadeaux, écharpes, bonnets, gants... La boutique reflète l'univers chaleureux et accessible d'Aurélie, toujours attentive aux envies de sa clientèle.

Et côté mode, les tendances du moment s'affichent fièrement : les chaussettes à paillettes, véritable best-seller, le motif léopard, incontournable cette année et les robes de fêtes, qui font briller les garde-robes.

–225 RTE DE FORT-MARDYCK, 59640 DUNKERQUE
SUIVEZ LES LIVES FACEBOOK : @MODE AD'AURÉ



LES RÉSEAUX SOCIAUX : 80 % DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Si Mode ad'Auré séduit autant, c'est aussi grâce à une stratégie numérique efficace. « Je travaille beaucoup sur Facebook, mes lives représentent 80 % de mon chiffre d'affaires », explique Aurélie. Chaque jeudi soir à 20h30, ses clientes fidèles se retrouvent en direct pour découvrir les nouveautés, échanger, acheter, dans une ambiance conviviale et décomplexée. Les commandes peuvent ensuite être récupérées en click & collect à la boutique. Une flexibilité très appréciée, née en pleine crise sanitaire et aujourd'hui devenue un pilier de son modèle.

Avec l'accompagnement de la CCI Littoral Hauts-de-France à la Turbine Dunkerque, Aurélie développe désormais aussi sa présence sur Instagram, pour toucher une nouvelle clientèle et continuer à faire grandir Mode ad'Auré.

De ses débuts hésitants à son épanouissement actuel, Aurélie Micek incarne la réussite d'un commerce local qui a su se réinventer grâce au numérique. Sa détermination, son authenticité et son sens du contact font de Mode ad'Auré une boutique à part, où chaque cliente se sent accueillie, écoutée et mise en valeur.

CCI LITTORAL
HAUTS-DE-FRANCE

Madame la mouette

L'illustration dunkerquoise qui fait rire et voyager

Ancienne responsable recrutement reconvertie dans l'illustration, Aurélie, fondatrice de Madame la Mouette, a su transformer son univers graphique et son attachement à Dunkerque en une marque reconnue bien au-delà du territoire. Écussons, pin's, chaussettes ou badges : ses créations pleines d'humour séduisent aujourd'hui plus de 250 boutiques en France et en Europe.



Madame La Mouette, un nom qui fait sens

À l'origine baptisé La Mouette Flamande, le projet évolue rapidement. Si les premières illustrations s'inspirent fortement de Dunkerque et de son identité, les opportunités se développent vite à l'échelle nationale. La Mouette devient rapidement le surnom d'Aurélie, connue pour son rire communicatif et sa voix qui porte, mais aussi un symbole fort du littoral dunkerquois.



D'un parcours RH à une reconversion créative

Pendant près de dix ans, Aurélie exerce comme responsable recrutement à Lyon. Mais le choix de revenir s'installer à Dunkerque avec sa famille marque un véritable tournant professionnel. Animée par une passion pour le graphisme et l'illustration, elle décide alors d'opérer une reconversion professionnelle pour donner vie à un projet créatif qui lui ressemble. Accompagnée par La Turbine Dunkerque et BGE Flandre Création, notamment via un passage par la couveuse d'entreprises, Aurélie structure son activité et pose les bases de son aventure entrepreneuriale.



MADAME LA MOUETTE

À partir de ses dessins originaux, Aurélie imagine et décline ses créations sur de nombreux supports : écussons, badges, pin's, porte-clés, chaussettes ou encore boucles d'oreilles. Son univers graphique, reconnaissable et empreint de second degré, joue avec les codes locaux et une note d'humour assumée. Soucieuse de la qualité et de l'éthique de production, elle travaille exclusivement avec des fournisseurs français.

Crée il y a sept ans, Madame la Mouette connaît aujourd'hui un développement solide. L'activité principale repose sur la vente BtoB, avec plus de 250 boutiques revendeuses en France et en Europe, notamment en Belgique, mais aussi au Luxembourg, en Allemagne et en Italie. Pour se faire connaître, Aurélie a su tirer

parti des réseaux sociaux, en particulier Instagram, qu'elle utilise comme véritable outil de prospection auprès des commerçants. Elle s'appuie également sur des plateformes professionnelles facilitant la mise en relation avec des points de vente.

Très attachée à son territoire, Aurélie conserve une clientèle importante à Dunkerque, notamment autour du Carnaval, événement phare qui inspire largement ses créations. Ses produits sont disponibles localement dans la boutique Lez'arts De Lune à Rosendaël ainsi que chez Trézor, en centre-ville de Dunkerque.

Madame la Mouette dispose également d'un site Internet marchand et est active sur Instagram et Facebook, où elle valorise son univers et ses nouveautés. Alors, qui veut une mouette pour personnaliser sa sacoche d'ordinateur ou son clet'che ?

@MADAMELA MOUETTE
WWW.MADAMELA MOUETTE.COM



UNE RECOMMANDATION ?

Anoa PIERENS

Cheffe de Projet Transformation Numérique et Promotion
du Commerce
Communauté Urbaine de Dunkerque

Tél. 03 28 24 54 33

Mail : anoa.pierens@cud.fr

DIRECTION GÉNÉRALE ADJOINTE ÉCONOMIE ET ATTRACTIVITÉ

Direction entrepreneuriat, commerce et innovation
Service commerce



Directeur de publication : Patrice Vergriete
Direction entrepreneuriat, commerce et innovation : Julie Blanckaert
Service commerce : Marie Bourgeois
Publication, rédaction et coordination : Anoa Pierens
Conception graphique et mise en page : Anoa Pierens
Photographies : Pierre Volot, Jonathan Delahaye, Anoa Pierens
Diffusion : Communauté urbaine de Dunkerque - La Turbine
Impression : Communauté urbaine de Dunkerque
Tirage : 200 exemplaires
Éditeur : CUD, Pertuis de la Marine - BP85530
59386 DUNKERQUE Cedex 1 - Tél. 03 28 62 70 00