

## TEXTE 1. A l'heure des fast-foods bobos et bio

LE MONDE | 20.02.09 | 17h26

McDonald's ignore superbement la crise, ou plutôt en profite. Son bénéfice net en 2008 (4,3 milliards de dollars) est en hausse de 80 % ! Mille nouveaux établissements viendront s'ajouter cette année aux 30 000 déjà sur la planète... Selon *The Economist*, journal financier britannique, pour acheter un Big Mac, au regard des salaires moyens, il faut travailler douze minutes à Chicago, quarante-quatre minutes à Pékin, quatre-vingt-dix-sept minutes à Bogota.

Les pourfendeurs de la malbouffe diront que l'obésité menace moins la Chine et la Colombie que la capitale de l'Illinois ; sans voir que Paris, avec vingt et une minutes, est dans le peloton de tête.

Soulignons que la chaîne française Flunch, selon le souhait de son fondateur, sert un repas fort correct pour moins d'une heure de travail payée au smic, soit 8 euros environ, avec légumes frais à volonté. Une aubaine.

Les Parisiens ont longtemps pensé que le fast-food à la française était le plat du jour avalé sur le pouce - la blanquette de veau, le hachis parmentier ou le petit salé-aux lentilles. Ils se pressaient dans des lieux simples, un peu vétustes, bistrots et brasseries hérités d'un Paris populaire disparu. L'ambiance décontractée était entretenue au déjeuner par un peuple d'employés à la confiance joyeuse et de secrétaires froufrouantes qui dépensaient un ou deux tickets repas.

La crise a accéléré la mutation avec l'abandon des positions tenues par les Corréziens et les Aveyronnais dans les cafés-tabac et les brasseries, au profit des Asiatiques. Pouvoir d'achat en berne, les employés retournent à la cantine ou se contentent d'un sandwich chez le boulanger.

Les privilégiés de la note de frais, signe de réussite sociale, vont fréquenter les bars à soupes, ou bien les nouveaux lieux parisiens de la restauration rapide. Le trait commun de ces établissements est un design appétissant, la rupture avec les codes de la "bonne bouffe" et une forte identification au modèle anglo-saxon.

Le précurseur fut Cojean, en 2001 : des salades composées présentées dans une vitrine réfrigérée en libre-service ; soupes, quiches, petits plats et desserts distribués derrière un comptoir, juste avant la caisse. Muni de son plateau, on peut manger debout comme le héron, ou s'asseoir, haut perché sur un tabouret. Cojean compte une douzaine d'adresses à Paris, une à Saint-Ouen.

Rose Bakery, salon de thé anglais (scones, crumbles, pies et cheese-cakes) et plats du déjeuner, Prix d'honneur du Fooding en 2008, n'a que deux adresses dans la capitale (rue des Martyrs, dans le 9<sup>e</sup> arrondissement, et rue Debelleye, dans le 3<sup>e</sup>). Naked (rue du Colisée, Paris-8<sup>e</sup>), dans un décor épuré de bois, de métal et d'ardoise, est l'apôtre d'une cuisine "home made", lumière douce et mur végétal. Lina's, créé rue Marbeuf, (Paris-8<sup>e</sup>) il y a vingt ans, compte aujourd'hui une cinquantaine de points de vente de sandwiches dans le monde, dont quinze à Paris. D'autres enseignes, comme Giraudet, ont créé d'insolites bars à soupes et quenelles à Paris, Lyon et Bourg-en-Bresse.

Le dernier concept "natural, fresh & ready" nous vient de Belgique : Exki (à Paris, boulevard du Montparnasse, dans le 14<sup>e</sup>, avenue de France, dans le 13<sup>e</sup>, et boulevard des Italiens, dans le 2<sup>e</sup>) mise sur le bio et le durable. La formule est analogue : self-service et nombreux plats du jour à emporter (TVA réduite) ou à consommer sur place sur de solides chaises de bois. Mais c'est un peu plus cher. Comptez une quinzaine d'euros.

Jean-Claude Ribaut

567 mots

\*\*\*\*\*

1. Quelle est la place de la restauration rapide en temps de crise ? Quelles nouvelles tendances observe-t-on ?

(Résumé du texte en 150 mots).

2. Pourquoi avez-vous choisi ce texte ?

3. Quelle est la place et l'évolution du secteur de la restauration rapide sur le marché allemand ? Comment expliquez-vous le succès du concept de *Vapiano* par exemple ?

(Opinion en 250 mots)