



food

hot spot

A deux pas de la rue Montorgueil, dans le II^e arrondissement de Paris, la rue Bachaumont abrite un hôtel feutré du même nom. L'hôtel accueille dans son entrée un restaurant et son bar à cocktail speakeasy. A sa tête : Romée de Goriainoff, Olivier Bon et Pierre-Charles Cros, un trio de garçons connu entre autres pour avoir lancé en 2007, avec l'Experimental Cocktail Club, la mode des bars à cocktails. Côté cuisine, ils ont à leur actif le Beef Club, steakhouse haute qualité qui importe son bœuf d'une ferme du Yorkshire. Au Bachaumont règnent de grands volumes, une cuisine ouverte, des murs sobres en noir et blanc et au sol une mosaïque calquée sur le motif pavé de Montorgueil. Le restaurant vogue sur un esprit à contre-courant de cartes des mauvais imitateurs d'Iñaki Aizpitarte et de Bertrand Grébaut. Ici, pas de chef star – même si celui qui officie est passé chez Thierry Marx – mais un service précis, un goût du détail et une carte sans prétention qui fait la part belle aux produits et aux classiques de la cuisine française : œufs mimosa, poireaux vinaigrette, ongle à l'échalote et gratin dauphinois, poulet jaune fermier, quasi de veau et carottes, et même un croque-monsieur salade verte et frites. Le Bachaumont est ouvert toute la journée et conviendra aux nostalgiques du charme discret de la bourgeoisie.
Anne Laffeter

Le Bachaumont
18, rue Bachaumont, Paris II^e.
Entrée-plat, environ 24 € le midi, 45 € le soir, vin compris



vers l'uberfoodisation ?

Depuis plus d'un an, les start-up de livraison de (bons) restaurants fleurissent dans Paris. Et les grandes villes de province seront les prochaines servies.

Les meilleurs restaurants de Paris, tout près de chez vous", "Vos restos préférés toujours bien livrés", "Des restaurants de qualité livrés en un clin d'œil". Ces publicités qui ont envahi le métro parisien ces derniers mois ne vous ont peut-être pas échappé : elles sont signées Deliveroo, Take Eat Easy, Foodora, etc. La livraison de plats à domicile n'est pas une nouveauté en France, certains restaurants ont leurs propres services, et des sites comme Allo Resto ou Chrono Resto s'occupent de mettre en lien restaurants et clients depuis l'essor d'internet à la fin des années 90.

A la différence de leurs ancêtres, et grâce à des technologies et des algorithmes de plus en plus efficaces (sur le modèle d'Uber), ces nouvelles start-up livrent en une demi-heure aux particuliers des plats de restaurants dont elles prélèvent 30 % sur le total de la commande, le tout grâce à des coursiers à vélo indépendants (mais aussi précaires) et géolocalisés qu'elles rémunèrent à la course. L'esthétique des sites est léchée et le choix des restaurants digne des guides food les plus pointus.

Esther Karpinski, directrice marketing de la start-up bruxelloise Take Eat Easy, implantée à Paris l'année dernière, explique : "Le marché est très concurrentiel, il faut tout miser sur la

qualité et l'image de marque, avec de bons restaurants variés, et être prescripteurs." Une communication destinée à rendre trendy et branché ce qui jusqu'alors (se faire livrer une pizza et la manger sur son canapé le dimanche soir en pyjama) pouvait être légèrement déprimant.

Pour Jean-Louis Lambert, sociologue économiste spécialiste de l'alimentation, malgré le discours ambiant du fait maison, la tendance générale du "prêt-à-manger" est toujours autant de rigueur. "Ces entreprises ont tout intérêt à jouer la carte de la différenciation par rapport au modèle existant, à travers des produits plus haut de gamme, parfois plus chers et destinés à des jeunes urbains actifs, et c'est possible grâce à la technologie des smartphones."

Après Paris, ces start-up comptent s'installer à Lyon, Lille, Bordeaux : "Il y a un marché à prendre", estime Adrien Falcon, DG France de Deliveroo. Tout l'enjeu sera de fidéliser ces jeunes urbains connectés, alors que des centaines d'autres start-up de food tech sont en train d'éclore : livraison de plats de chefs à domicile, livraison des aliments pour se préparer un repas, livraison de muesli, livraison de jus detox. De grandes entreprises comme Uber et Amazon s'intéressent déjà au marché... De quoi manger dans son canapé connecté pour longtemps encore. **Zazie Tavitian**