



Société. Le café parisien, chef-d'œuvre en péril ?

C'est l'expresso au comptoir traditionnel contre les "cafés de spécialité" servis par des baristas : les vénérables établissements typiques de la capitale voient leur territoire grignoté par de nouveaux venus ostentatoirement anglophones. Peut-il y avoir un terrain d'entente entre l'ancien et le moderne ?



—The New York Times
 (New York)

C'est une vue au moins aussi emblématique que la tour Eiffel : une terrasse de café où des chaises en rotin alignées invitent le quidam à s'installer pour profiter du spectacle de la rue, tandis qu'à l'intérieur des inconnus papotent au comptoir entre des expressos et quelques verres de vin.

Depuis une quinzaine d'années pourtant, une importation caféinée – et ostentatoirement

anglophone – a pris d'assaut les bistrotts et cafés parisiens : le coffee shop [où l'on sert des cafés dits "de spécialité"]. Avec leur esthétique léchée, leurs moutures artisanales et leur croissance en flèche, les coffee shops semblent capter une part croissante des revenus – et du temps – de la population parisienne ainsi que des millions de visiteurs internationaux qui se rendent chaque année dans la Ville Lumière.

Apparus en France au début des années 2010, ces premiers cafés de niche ont vu leur nombre

augmenter de 74 %. On en dénombre à présent 3500 dans tout le pays, et il s'en ouvre un nouveau chaque semaine, selon le Collectif Café, qui regroupe des professionnels du secteur.

Patrimoine. "Les coffee shops sont-ils une menace pour nous ? La réponse est oui", tranche Alain Fontaine, propriétaire du bistrot Le Mesturet, dans le II^e arrondissement de la capitale, et auteur d'une pétition lancée il y a six ans appelant l'État français à protéger les cafés et bistrotts,

dépositaires d'un héritage culturel particulier – statut qu'ils ont obtenu en septembre dernier en étant inscrits au patrimoine culturel français. "À terme, ils pourraient nous faire fermer", s'alarme Alain Fontaine.

Ce n'est pas la première fois que les cafés et bistrotts parisiens voient apparaître de nouveaux concurrents : il y a déjà eu les fast-foods et les chaînes de café (notamment Starbucks), les machines à café à domicile (type Nespresso), les services de livraison de repas, la baisse de la consommation d'alcool, le télétravail et les changements des habitudes de consommation.

Dans les années 1960, la France comptait près de 200 000 bistrotts et cafés. (La distinction entre les deux types d'établissements a disparu avec le temps, les deux servant désormais aussi bien à boire qu'à manger.) Ils ne sont plus que 40 000 aujourd'hui, indique Alain Fontaine.

Les expressos amers et bien tassés des bistrotts sont terriblement mauvais.

C'est surtout après la pandémie que les coffee shops se sont multipliés, certains ne proposant que des produits à emporter, d'autres accueillant au contraire les télétravailleurs. La plupart adoptent la même esthétique – minimaliste, d'inspiration scandinave. Certains vendent également des fleurs, des produits vintage, ou utilisent des ingrédients venus d'Asie.

Leur succès s'explique d'abord par la conscience croissante, parmi les amateurs de café, que les expressos amers et bien tassés servis dans les cafés parisiens sont terriblement mauvais.

Tous les matins avant le travail, Ève Bantman, 49 ans, chercheuse pour un think tank parisien, s'installe au comptoir de son café de quartier et discute avec le

◀ Un barista au Coutume Café, à Paris, le 10 janvier.

Photo Dmitry Kostyukovj
 The New York Times

personnel et les habitués, parmi lesquels des équipes de ménage et des employés du Louvre. Ce qu'Ève Bantman aime le plus, c'est la convivialité du lieu. Mais, tandis que ses amis commandent leur expresso à 1,40 euro, elle se contente d'un Perrier. "Nous sommes une quinzaine à venir ici tous les matins, c'est rempli, explique-t-elle. Et le café est absolument imbuvable." On vient ici pour la compagnie, pas pour le café. Pour sa part, Ève Bantman se prend un cortado ou un piccolo dans un autre café avant d'aller au bureau.

Caféinomanes. Ce sont des expatriés américains et australiens, ainsi que des entrepreneurs français ayant roulé leur bosse aux quatre coins du monde, qui ont ouvert les premiers coffee shops et créé les premières brûleries, initiant les Parisiens aux délices des flat whites, cortados et autres savants dosages et préparations caféinées.

Tom Clark, un Australien qui a ouvert le premier Coutume Café sur la rive gauche, en 2011, a compris qu'il y avait une occasion à saisir. "J'ai vu que la culture française était parfaitement compatible avec celle des coffee shops, explique-t-il. Les gens sont très sensibles à l'origine des produits, il y a la notion de terroir, comme le vin et le fromage."

Il y a quelque temps, dans le Partisan Café Artisanal – adresse incontournable du haut Marais pour les professionnels de la mode et des industries créatives –, la voix veloutée de Sade tombait des haut-parleurs tandis qu'une file de caféinomanes patientait, parmi lesquels Salomé Bravard, 24 ans. Photographe de mode, elle explique qu'elle préfère retrouver ses amis dans ce



genre d'endroit plutôt que dans les cafés traditionnels, car elle trouve l'atmosphère plus chaleureuse, le décor plus cosy et, évidemment, le café meilleur : "Les gens de notre génération ont besoin de lieux où on peut faire un selfie avec son café pour le poster sur les réseaux. Les gens de 40 ans et plus ne recherchent pas nécessairement ça."

Pour Tom Clark, cette génération a grandi avec les coffee shops. "Ça fait treize ans que nous sommes là, je me revois distribuer des babyccinos gratuitement à des enfants de 5 ans", raconte-t-il – évoquant une recette de lait chaud moussé avec un nuage de poudre de cacao. "Aujourd'hui, ce sont des adultes." À l'en croire, ces jeunes, entraînés par leurs parents, n'ont jamais connu la vie sans latte art.

Il n'y a guère d'institution culturelle plus importante que les cafés parisiens en France : c'est dans des établissements historiques comme Le Procope, le Café de Flore et Les Deux Magots que philosophes, artistes, intellectuels, gens de lettres et révolutionnaires ont chaudement débattu, donné naissance à des mouvements artistiques sans pareils, voire fomenté la chute de la monarchie. Pour Honoré de Balzac, le café était le "Parlement du peuple", un espace proprement démocratique où des gens de toutes obédiences et horizons se retrouvent coude à coude.

Lien social. Au Café Ventura de Pigalle, par un tranquille matin de semaine, un authentique duo fait son numéro : le serveur principal, quinquagénaire grisonnant, donne la réplique à un jeune barman moustachu, et tous deux rebondissent sur les reparties des habitués. Une vieille femme entre, accueillie par de chaleureuses exclamations.

"Ah, la voilà ! dit un serveur, d'un ton soulagé.

— On s'inquiétait ! s'exclame l'autre

— Je suis pas morte", rétorque-t-elle du tac au tac.

En France, les cafés sont autant de havres où tisser du lien social. La ministre de la Culture, Rachida Dati, l'a reconnu en septembre et a inscrit bistrotts et cafés à l'inventaire national du patrimoine culturel immatériel, censé protéger et promouvoir les

"La culture française est parfaitement compatible avec celle des coffee shops. Il y a la notion de terroir."

Tom Clark, FONDATEUR DU COUTUME CAFÉ

pratiques culturelles et le savoir-faire artisanal français.

À l'origine de cette décision, la pétition lancée par Alain Fontaine, propriétaire du bistrot Le Mesturet, qui soulignait que "bistrotts et cafés se distinguent par un service personnel de qualité et leur atmosphère unique. Ce sont de vrais lieux culturels, définis par la richesse des interactions entre propriétaires, serveurs et clients." En jargon sociologique moderne, ce sont des "tiers-lieux", des espaces d'interactions sociales, en dehors des cercles familiaux et professionnels, où des personnes âgées souffrant de solitude peuvent venir échanger au comptoir et où étudiants et autres mal lotis peuvent s'évader de leurs petits appartements.

Ce qui inquiète Alain Fontaine, c'est que le café, ce haut lieu de la sociabilité parisienne, disparaît à mesure que la jeunesse se tourne vers les coffee shops. "Ils n'ont pas de profondeur dans le coffee shop, pas d'histoire, pas de patine", déplore-t-il. Et pourtant, ces nouveaux établissements aussi sont des espaces où vivre ensemble.

Dans le II^e arrondissement, une longue queue s'est formée devant le Café Jirisan, un des nombreux coffee shops asiatiques de la capitale servant des matcha lattes et des cheesecakes soufflés. L'intérieur évoque un cottage rustique aux murs ornés de rayonnages où se côtoient des livres français et coréens. "Quand je vais au café, j'imagine une atmosphère chaleureuse, oui, où je me sens à l'aise, explique la propriétaire, Hera Hong, originaire de Corée du Sud. Ce que j'aime, c'est voir les gens rester pour tricoter et lire, un peu comme s'ils étaient chez leur grand-mère."

Tous les gérants de café ne partagent pas les angoisses d'Alain Fontaine. "Ce n'est pas la même clientèle", explique Jérôme Martinho, responsable du Café Ventura, avant d'ajouter que les coffee shops sont une niche et que les cafés traditionnels réunissent

une offre plus large, en matière de plats et de café, sans oublier l'alcool. Bon nombre des clients qui foncent directement au comptoir, où l'expresso coûte moins cher qu'en salle, sont des travailleurs modestes qui veulent simplement un shot de caféine rapide et bon marché.

L'expansion stratosphérique des coffee shops participe d'une réinvention de l'élitisme à la française, soutient Ève Bantman dans un article publié en 2020 dans la revue *Anthropologie et sociétés*. Les principaux arguments de sa thèse ? D'abord le prix, entre 1 et 1,50 euro au comptoir, contre 5 euros minimum pour un café de spécialité. Ensuite, la classe sociale et le niveau d'éducation des patrons et des propriétaires de ces établissements, ceux des coffee shops étant généralement passés par le supérieur.

L'âge des clients aussi diffère nettement : si le café a longtemps été une sorte d'agora démocratique, les jeunes semblent aujourd'hui le délaisser.

Ève Bantman confesse avec humour être en croisade, pour convertir les barmans et barmaids de la capitale en baristas, et ainsi réunir le meilleur des deux mondes : "Ce serait fantastique si je pouvais aider à sauver les cafés français."

— Vivian Song, publié le 21 janvier



SUR NOTRE SITE

courrierinternational.com

Le Dry January en France : "ascètes de pacotille", "sabotage économique"

Incitation à mettre en pause sa consommation d'alcool pendant le mois de janvier, le Dry January gagne chaque année du terrain dans l'Hexagone. Une tendance brocardée par le correspondant du **Daily Telegraph**, qui exprime avec verve son inquiétude pour la culture française du vin.

