

Quand les restos jouent à CACHE-CACHE

New York, Los Angeles, Barcelone, Londres ou encore Paris ont vu apparaître ces dernières années une nouvelle forme de restauration dite « souterraine ». En fait, derrière ce qualificatif, ce n'est pas une, mais plusieurs réalités qui coexistent. Loin d'être illégales, elles répondent à des tendances, et permettent aux établissements, selon la formule choisie, de se libérer de certaines contraintes, d'innover et d'attirer la clientèle.

PAR SOPHIE SURANITI

Des adresses tenues secrètes et divulguées au dernier moment sur les réseaux sociaux... Des lieux inhabituels, investis temporairement par des chefs pour une activité particulière... L'attrait des tables dites clandestines réside évidemment dans l'aura de mystère qui les entoure¹. **Mais manger « caché », c'est avant tout être « branché ».**

Le profil type des clients consommateurs de restos « clandestins » ? De jeunes adultes urbains, plutôt à l'aise financièrement, éduqués et équipés technologiquement. Ils aiment manger, la nouveauté, l'exclusivité et communiquent beaucoup dans les médias sociaux. Les fameux *foodies*² en font partie, mais ils ne sont pas les seuls, car l'intérêt croissant pour la cuisine et la gastronomie bénéficie aujourd'hui d'une large audience et d'une grande visibilité (livres, émissions de télévision, festivals, etc.). Cette clientèle est constamment à l'affût de nouvelles adresses et de nouveaux produits. Un principe et un fonctionnement propres à la mode : être le premier à découvrir et à tester. **Certains chefs restaurateurs ont su répondre à ce type de demande en proposant de nouveaux concepts.**

Le restaurant éphémère...

Le restaurant éphémère est un restaurant temporaire qui s'installe dans un local commercial vacant, dans un camion ou

encore dans un conteneur de type industriel; actuellement, ce sont les formules les plus répandues. L'espace est souvent rénové et adapté pour offrir une restauration qui, au final, reste classique : brigade, menu imposé ou à la carte, service aux tables, etc. Inscrire l'établissement dans une durée limitée attire une clientèle désireuse de vivre une expérience unique non renouvelable, surtout lorsqu'un grand chef est à la barre de cette table éphémère !



Photo : ©Muvbox

¹ En s'inspirant finalement des fameux speakeasies du temps de la prohibition...

² Un terme créé en 1984 par Paul Levy, journaliste britannique et coauteur avec Ann Barr du livre *The Official Foodie Handbook*. Les *foodies* sont des amateurs de bonne cuisine; ils « traquent » les nouveautés culinaires et les nouveaux restaurants. Très actifs sur Internet, ils ont souvent un blogue où ils partagent leurs avis et leurs recettes.

À New York, le chef étoilé John Fraser a ouvert son restaurant What Happens When. Durée de vie (volontaire) de l'établissement ? Neuf mois. Le chef explique que cette contrainte temporelle lui permet de retrouver le chemin de la créativité³. À Montréal, la Muvbox relève elle aussi du restaurant éphémère. Chaque printemps (en mai), ce conteneur industriel recyclé en restaurant s'installe dans le Vieux-Port de Montréal pour y servir des spécialités madelinienes. Apparu en 2009, ce concept entièrement mobile et pliable connaît depuis un grand succès, ici et à l'étranger.

... à ne pas confondre avec le restaurant *pop-up*

Le restaurant *pop-up*, lui, existe pour une soirée, quelques jours ou quelques semaines (plus rare), et occupe généralement un espace non conçu pour la restauration. Il s'agit donc plus d'une formule événementielle (festive et ludique) qui cible un certain public ou un lieu précis. Le restaurant *pop-up* apparaît et disparaît rapidement, tel un bouchon de champagne qui fait « pop » ! Le Dîner en Blanc, grand pique-nique qui a eu lieu pour la deuxième année d'affilée l'été dernier à Montréal, en est un⁴. Autre tendance *pop-up*, les soirées organisées chez des particuliers par des particuliers, ou des repas préparés par des chefs ou des professionnels de la restauration. La démarche est en principe non commerciale et mise sur la rencontre fortuite dans un lieu inconnu avec des voisins de table tout aussi inconnus (sauf si le groupe s'est organisé avant). L'adresse est divulguée au dernier moment, par courriel, SMS ou autre (Facebook, Twitter...). Leur existence n'est généralement pas ébruitée, et lorsqu'elle l'est trop, le lieu peut fermer... Ce fut le cas pour Hidden Market à Montréal. Derrière ce nom, circulant sur les réseaux sociaux en 2009, se cachait François, sommelier, qui proposait plusieurs repas par semaine chez lui⁴.

³ http://www.findeatdrink.com/Index/Restaurants/Entries/2011/2/10_john_fraser.html

⁴ Exemples adresses à Paris qui font dans les repas privés à domicile : <http://hkmenus.com/index.html>. Un « clandesté » ! Comme les appellent les Parisiens... <http://quedelabouche.typepad.com/blog/2011/04/un-sacré-clandé.html>



Photos : @Urban Quest



Un groupe de personnes décrypte les indices qui les mèneront au restaurant mystère où elles partageront un repas.

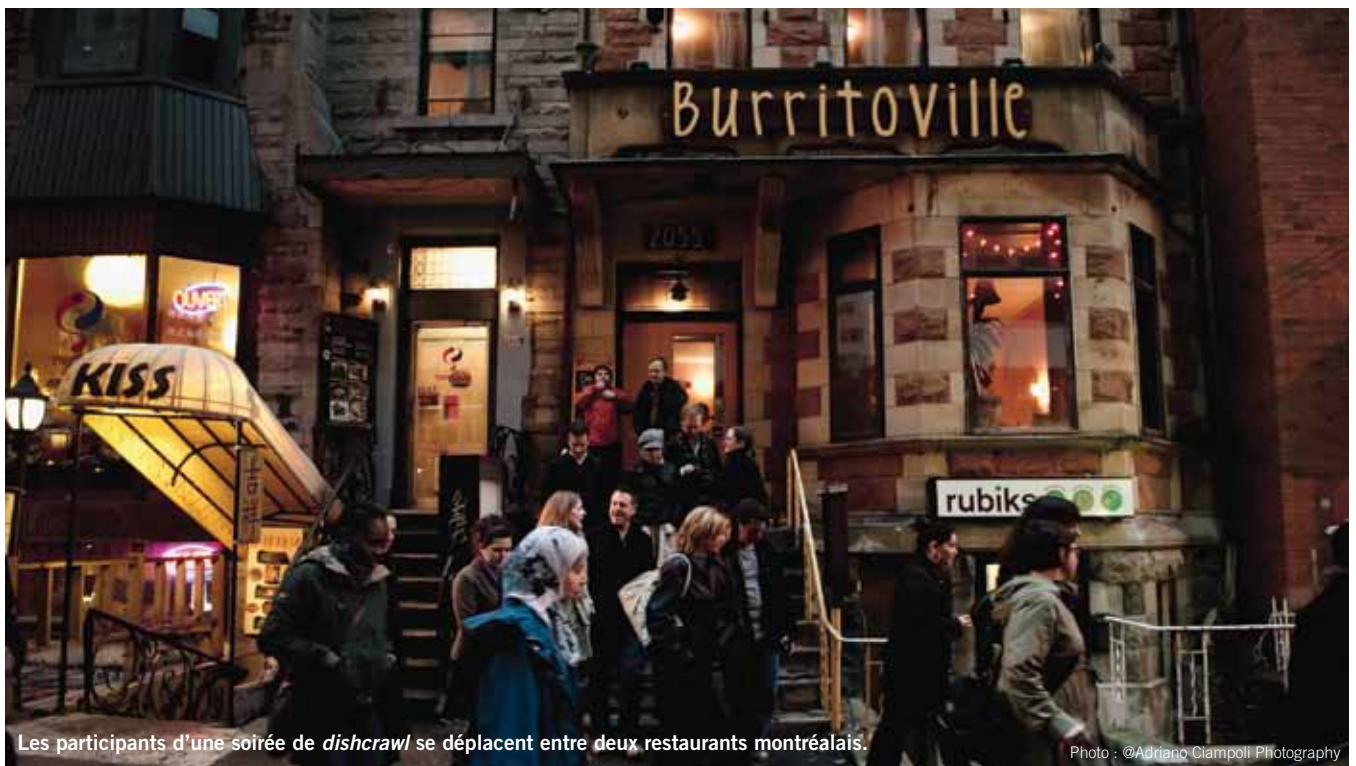
À la chasse... aux adresses !

L'engouement récent pour la géocache (ou *geocaching*) s'applique aussi au restaurant. C'est le principe d'une chasse au trésor : les participants s'inscrivent sur un site en ligne, choisissent un parcours et commencent à collecter les indices dont le but sera la découverte d'un restaurant. Urban Quest, un site qui propose ce type d'activité, a mis en ligne quatre circuits (à Ottawa et à Toronto). Autre tendance apparue et qui vient de la Californie : le *dishcrawl*. Cette fois, il s'agit d'une virée gastronomique (thématique ou non) dans différents restaurants ou commerces alimentaires dont les adresses ne sont pas dévoilées à l'avance. Le client s'inscrit sur un site en ligne et paie un prix fixe. Le jour J, il se laisse emmener d'un établissement à l'autre par l'organisateur de la soirée. Le restaurant participant propose un plat, généralement une spécialité de la maison. À Montréal, ce

Le Dîner en Blanc se tiendra cette année le 18 août, simultanément à Montréal et à Québec. <http://www.dinerenblanc.info/>



Photos : Sean Mollitt



Les participants d'une soirée de *dishcrawl* se déplacent entre deux restaurants montréalais.

Photo : @Adriano Ciampoli Photography

genre d'activité commence à se mettre en place. Enfin, certains établissements choisissent dès le départ de cultiver leur jardin secret et ainsi d'éveiller la curiosité. C'est le cas de ceux qui ont une adresse difficile à trouver ou difficile d'accès; qui ont choisi d'avoir une enseigne extrêmement discrète, voire absente de la voie publique⁵; ou encore qui ont choisi de ne faire aucune publicité⁶. Autant de choix artistiques et médiatiques qui cultivent le côté *underground* d'un établissement.

Le restaurant itinérant

Autre phénomène de restaurant qui s'inscrit dans une culture alternative : la cuisine mobile. C'est une tendance en forte hausse, surtout dans des villes comme Los Angeles ou New York. Il s'agit le plus souvent de camions-restos qui se déplacent au gré des autorisations municipales et des quartiers où la demande existe pour ce type de restauration. Cette restauration itinérante

⁵ Comme Le Garde-Manger de Chuck Hugues dans le Vieux-Montréal.

⁶ Le chef Nick Hodge du Kitchennette vient d'ouvrir un deuxième restaurant : Ice House. Une ouverture discrète, annoncée uniquement sur les réseaux sociaux.



Photo : © Grumman 78

La restauration mobile est une tendance venue tout droit des États-Unis. À Montréal, le Grumman 78 fait sensation !

fonctionne grâce aux sites de microblogues comme Twitter qui relayent les informations sur les rues où se trouvent les camions et le menu du jour. À Los Angeles, le chef Ludovic Lefebvre (considéré comme le chef du futur par le *Time Magazine* et participant à l'émission *Top Chef Masters*) fait grand bruit avec son *Ludo Bites Truck*, un camion gastronomique ambulant⁷. Les Américains en sont fous ! À Montréal, la restauration de rue est interdite, excepté sur des lieux de festivité ou lorsque l'établissement est officiellement invité par un autre. Grumman 78 en est un bel exemple. Tout nouveau, il s'agit d'un petit restaurant ambulant qui sert des tacos selon des plages horaires très précises. Enfin, dernier exemple, torontois cette fois : Charlie's Burgers. Cet « antirestaurant⁸ » convie des chefs souvent très connus pour un menu haut de gamme, et dans un endroit chaque fois différent. Bien entendu, on cultive le secret et la surprise jusqu'au bout : chef invité, lieu et menu.

La restauration souterraine prend donc de multiples formes et prouve qu'en matière de gastronomie, certains établissements sont hyper créatifs, mais aussi tributaires des modes ! Certains choix sont avant tout une réponse originale à la concurrence du milieu et aux crises économiques que le secteur traverse régulièrement. Pouvoir s'adapter très vite à une situation; cibler et varier sa clientèle; se faire désirer; générer une demande en raison du caractère exclusif, voire unique de la formule; et « libérer son fou » représentent autant d'avantages. Ces nouvelles formules concurrencent-elles les établissements classiques, qui ont pignon sur rue, ou sont-elles une dynamique supplémentaire pour le secteur des HRI ?

⁷ Installé à Los Angeles depuis 1996, Ludovic Lefebvre a été le premier à lancer, en 2007, le concept de restaurant itinérant. Tous les deux ou trois mois, ce chef d'origine bourguignonne, qui a travaillé pour les plus grands, s'installe à un nouvel endroit et crée un menu haut de gamme à coût fixe et abordable. <http://www.ludolefebvre.com/ludobites>

⁸ <http://www.charliesburgers.ca/>