

A la soupe !

Nouveaux venus dans les villes,
les bars à soupe inventent le fast-food de qualité.

par **Michel Verlinden**

Les temps sont durs pour les bouffeurs de graisses et de crasses. A la suite de la vogue du wok, des sushis, du bio ou des légumes frais, c'est au tour des soupes de faire trembler les amateurs de plats dégoulinants de sauce et de frites bien molles. Les accros de la calorie ne s'en remettent pas : après un long séjour au purgatoire des saveurs, consommés, bouillons et autres délices liquides issus du potager effectuent un retour remarqué sur la scène de l'alimentation urbaine. Chaudes — à l'artichaut, aux pois chiches — ou froides — glacé de melon, gaspacho —, les potages font souffler un vent de fraîcheur sur l'assiette... creuse.

Pour le grand sociologue et pape des tendances, Gérard Mermet, rien de louche à cela. A l'heure où le nomadisme alimentaire se généralise, la soupe synthétise toutes les attentes des consommateurs actuels, avides de rapidité. En clair : alors que nous prenons de plus en plus l'habitude de manger en voiture, en rue ou dans le métro, ce type de repas épouse à merveille notre nouveau mode de vie mobile. Dans un gobelet isothermique et à la paille, un

bortsch s'exporte au bout du monde. Les chiffres sont là. En France, selon une étude réalisée par Coach Ominum (1), à l'heure actuelle, 32 % des personnes actives prennent leur repas de midi sans se mettre à table ! Une véritable révolution quand on sait l'attachement légendaire des Français au déjeuner. Un créneau s'est donc ouvert dans le grand marché de la restauration.

Mais la soupe possède d'autres atouts que le simple fait de pouvoir être emportée partout. Elle propose de belles qualités diététiques, une fraîcheur à toute épreuve et une intéressante variété de goûts qui séduit des consommateurs toujours en quête de nouvelles saveurs.

Lutter contre quelques a priori

Pour Gary Legrand, pionnier du bar à soupe en Belgique, les potages réconcilient restauration rapide et nourriture de qualité. Fort du succès de ses deux enseignes « Soup Shop » à Namur et à Charleroi (2), il s'attaquera aux papilles bruxelloises dès septembre. *Plusieurs facteurs m'ont donné l'idée du concept. D'abord, une certaine lassitude du public par rapport à l'uniformité décourageante du sempiternel sandwich de midi. Ensuite, les différentes crises alimentaires qui ont poussé les consommateurs à examiner de plus près ce qu'il y avait dans leur assiette. Plus question de leur faire manger n'importe quoi. Et, enfin, la pauvreté des produits que les restaurants présentent sous l'intitulé « potage du jour ». On retombe toujours dans le travers de la soupe aux tomates, alors qu'il existe une diversité étonnante de recettes, commente-t-il. Ce consultant en informatique n'oublie pas d'évoquer la question pécuniaire. Ce repas absolument sain s'affiche à un prix réduit, poursuit-il. Pour le prix d'un Giant, autrement plus culpabilisant, on s'offre un demi-litre de potage. Après une telle quantité, on ne demande pas son reste...*

Le bar à soupe ne satisfait pas que le consommateur. De l'autre côté du comptoir, les entrepreneurs qui se lancent dans l'aventure affichent aussi un large sourire. La simplicité du système a de quoi séduire :



concept décoratif dépoillé, bols et couverts en plastique, infrastructures simples, investissements relativement légers et personnel réduit.

Après le succès des bars à vin, voici donc venu le temps des bars à soupe. Cependant, pour que la pénétration du marché soit totale, certains a priori sont encore à battre en brèche. Pendant les mois chauds, le public pousse difficilement la porte d'un tel endroit. A Londres, où le concept a déjà été largement diffusé, on propose généralement d'autres plats comme produits d'appel. Irina, gérante du « Soup Opera » de Villiers Street, détaille : *Les plats de pâtes froides ont permis à nos clients de glisser vers les soupes froides qui les*

effrayaient un peu au départ. On essaie aussi de proposer des formules incluant une soupe et un fruit pour rester cohérent et donner aux clients l'assurance d'un véritable menu santé.

De telles astuces marketing seront-elles suffisantes pour convertir tout le monde à la soupe ? Pas sûr, une tribu restant définitivement sourde au miel des veloutés : celle dont l'enfance a été ponctuée par le dominical et sans appel « Mange ta soupe ! ». ▼

(1) Cité par Gérard Mermet, page 185, dans « Francoscopie 2001 », aux éditions Larousse.
(2) Soup Shop Charleroi, 20 rue de Montigny, 071-50.64.64. Soup Shop Namur, 35 rue de Bruxelles. 081-65.75.00.



Le Soup Shop, à Namur, l'un des bars... louches comme il en pousse un peu partout.

Photos Geoffroy Libert.