



TOUJOURS PLUS VITE

Mettez les bouchées doubles !

SÉRIE 5/10 Chaque jour, « Le Figaro » raconte l'accélération de notre société et les conséquences de ce phénomène. Aujourd'hui, le monde est à portée de bouche, Internet remplit nos assiettes.

COLETTE MONSAT cmonsat@lefigaro.fr

En grammaire, la concordance des temps est capitale. C'est elle qui crée la cohérence de l'action, exprime les nuances de l'intention. « *J'aimerais que tu dînes avec nous.* » Un souhait, une volonté exprimée. Et la réponse : « *J'aurais bien aimé mais ce soir, je ne peux pas* » : le présent domine le conditionnel passé, temps du regret. Et c'est ainsi que les repas se désynchronisent, faute de réunir autour d'une même table la famille au complet. Y a-t-il péril en la demeure comme le craignent certains sociologues ? Assiste-t-on à la fin du « repas à la française » qui, dans son expression la plus gastronomique, avait été inscrit, en 2010, au patrimoine culturel immatériel de l'Unesco ? Ces entractes privilégiés avaient en effet été reconnus comme « *une pratique sociale coutumière destinée à célébrer les moments les plus importants de la vie des individus et des groupes, tels que naissances, mariages, anniversaires, succès et retrouvailles. Un repas festif dont les convives pratiquent, pour cette occasion, l'art du "bien manger" et du "bien boire"* ».

Pas de souci, cette exception française est toujours d'actualité, d'autant que la multiplication des événements liés à la gastronomie renforce dans toutes les régions l'image d'un patrimoine culinaire unique. Il n'empêche. Si le temps

consacré à l'alimentation est resté stable ces dernières décennies (autour de 2 h 22 pour les trois repas quotidiens), il tend à se réduire de façon spectaculaire sous l'influence d'un phénomène en pleine expansion : la livraison de repas à domicile.

Des menus livrés en 20 minutes

Pour NPD Group, cabinet spécialisé dans les analyses et études de marché à destination de décideurs, la restauration rapide ne s'est jamais si bien portée avec, en tête de gondole, le secteur de la livraison de repas. Selon ses experts comme Maria Bertoch, « *la technologie est le nouvel enjeu des années à venir. Omniprésente dans notre société, elle n'en est qu'à ses balbutiements dans la restauration. Aux États-Unis, 10 % des commandes sont passées de manière digitale - c'est trois fois moins le cas aujourd'hui en France. Une tendance que l'on attend donc au tournant en Europe* ».

Les commandes livrées affichent déjà une croissance de 20 % en 2018, sous l'influence des millennials (les 18-24 ans) qui mènent le bal et constituent plus de la moitié des clients. Ce qui était jusqu'alors réservé aux repas du soir s'étend désormais aux déjeuners, tandis que les plateformes convoitent avec gourmandise le créneau du petit déjeuner.

Dans cet univers de concurrence impitoyable, les principaux acteurs s'af-



frontent dans une guerre sans merci, cherchant même à attirer dans leurs filets les restaurateurs indépendants. Car ces derniers, malgré les coquettes commissions reversées, y voient un moyen de développer leur zone de chalandise. Et c'est ainsi que les grandes villes sont quadrillées par des livreurs dont le gagne-pain est lié au nombre de courses effectuées à l'heure, donc à leur rapidité. Dans les sacs isothermes, les best-sellers sont toujours les pizzas (un quart des livraisons), suivies des burgers, en pleine expansion, des sandwiches, des wraps, des bagels ou encore des nuggets.

Dans un registre plus qualitatif, certains opérateurs proposent des menus complets, à partir de plats « faits maison », livrés en 20 minutes. On choisit son jour et son heure de livraison, histoire d'optimiser encore le temps. Lors de ces agapes nouvelle génération, la télévision joue le rôle d'invitée sonore. En 2010, les résultats d'une étude de l'Insee montraient que 19 % du temps consacré à l'alimentation se passait devant le petit (et de plus en plus grand) écran. Une pratique qui diminuait quand le niveau de vie augmentait, les Français les plus aisés s'employant plus volontiers à l'art de recevoir.

« Se faire un resto chez soi » plutôt que manger dehors, court-circuiter l'étape marché et commerces de bouche pour s'en remettre à des intermédiaires qui « mâchent » le travail détricotent toujours un peu plus le fameux modèle français. Jusqu' alors la technologie était au service du foyer ou, plus exactement, de la femme au foyer, comme le procla-

maient vaillamment Moulinex dans son slogan publicitaire des années 1960. Le marketing de la marque reprenait à son compte les discours féministes pour mieux vendre ses robots. Quelques années plus tôt, c'était la marque Seb qui avait révolutionné les temps de cuisson avec sa « Super-Cocotte » et en 1960, quelque 500 000 exemplaires en avaient déjà été écoulés. Sécurité, réduction des temps de cuisson et préservation des vitamines étaient les arguments commerciaux avancés. Ils fonctionnent d'ailleurs toujours, même si le micro-ondes, ensuite, est entré d'une autre façon dans la danse, modifiant drastiquement les modes de réchauffage et de cuisson.

Des repas avalés trop rapidement

Pour les grands cuisiniers comme Christophe Pelé, chef double étoilé du restaurant Clarence (Paris VIII^e), la belle révolution technique de ces dix dernières années fut sans conteste l'induction. « Avant, on mijotait beaucoup, aujourd'hui l'induction nous emmène vers des choses beaucoup plus vives. On va chercher des sucs qui vont accrocher bien plus rapidement sur des cuissons beaucoup plus agressées mais moins longues, ce qui est très intéressant car on garde ainsi la fraîcheur de l'aliment. »

Mais l'accélération du repas ne touche pas que sa préparation, elle est aussi dans la manière de le consommer. Et là, les nutritionnistes tirent la sonnette d'alarme. Comme le souligne Paule Neyrat, auteur du très réconfortant *Manger heureux, vivre longtemps et mourir en bonne santé* ! (Ducasse Édi-

tion),

« Quand on pense qu'il faut

de 15 à 20 minutes au centre de satiété, situé dans le cerveau, pour se mettre en route et commencer à comptabiliser ce que l'on mange, on peut penser qu'une bonne partie des calories de ce déjeuner rapide n'est pas prise en compte... On le sait : plus on mange vite, plus on a de (mal)chance de prendre du poids ».

Bien sûr, il y a des contre-feux et le mouvement Slow Food en est. Fondé en Italie par Carlo Petrini en 1986, il avait alors pour but de lutter contre l'émergence de la restauration rapide. Son logo ? Un escargot, forcément. Forte aujourd'hui de plusieurs dizaines de milliers d'adhérents à travers le monde, cette association internationale à but non lucratif milite pour une alimentation bonne, propre et juste, privilégiant les petits producteurs et les circuits courts.

En France, beaucoup de chefs, sans le revendiquer forcément, sont « Slow Food » de cœur. Patrons de bistrot ou cuisiniers de grandes tables, ils ne peuvent se résoudre à expédier les repas en 40 minutes chrono. « Il y a une demande chez certains clients de déjeuner en express mais j'essaie de ne pas entrer là-dedans », reprend Christophe Pelé. « Après, chacun est libre de manger à la vitesse qu'il veut et, bien sûr, on s'adapte aux clients pressés mais je trouve que c'est dommage pour eux. » Il est loin, le temps où le cigare clôturait les repas à rallonge, où la vie s'étirait languissamment entre deux volutes et trois gorgées de digestif. L'interdiction de fumer dans les restaurants est entrée en vigueur en 2008. Une décennie, une éternité. ■

RETROUVEZ LUNDI:
LA RUMEUR FIGÉE À LA VITESSE
DE LA LUMIÈRE

EN CHIFFRES

Le nombre de start-up, dont certaines, comme Deliveroo, ont réussi de belles levées de fonds, s'élève à

500

Pour se mettre en route, le centre de satiété du cerveau a besoin de

15 à 20 minutes



Un restaurant McDonald's, à Paris, en juillet 1980. La chaîne de restauration rapide avait ouvert son premier établissement français l'année précédente à Strasbourg.



Depuis quelques années, les villes sont quadrillées par des livreurs de repas. Les commandes ont augmenté de 20% en France en 2018. Ici, à Rennes, en avril.

BARBARA ALPER/GETTY IMAGES, PHILIPPE JOSSELYN/CITIMAGES