

20/09/2009 08:30:00

Le retour de la gamelle ou le renouveau du déjeuner "maison" au bureau (PAPIER D'ANGLE)

Par Cécile BARAILLE

PARIS, 20 sept 2009 (AFP) - "C'est moins cher, meilleur et plus sain !". Salariée d'une PME près de Paris, Idayath Banguet ne trouve que des avantages à apporter au bureau un déjeuner préparé chez elle. Baptisé "le retour de la gamelle", le phénomène s'amplifie, aux dépens de la petite restauration.

"On évalue à 15% des salariés du tertiaire, les consommateurs qui ont plus ou moins souvent recours à la gamelle", avance Bernard Boutboul, directeur de Gira Conseil, un cabinet spécialisé dans la consommation alimentaire hors domicile. "Il y a 6 ou 8 mois, on était à 12%".

Et ce sont autant de clients en moins pour les restaurants, fast-foods et boulangeries-sandwicheries.

"La gamelle est une explication de plus en plus souvent avancée dans les études faites auprès des consommateurs pour comprendre les baisses de fréquentation de certains restaurants", explique Dominique Giraudier, président de Groupe Flo (Hippopotamus, Bistro Romain, Taverne de Maître Kanter, Tablapizza, Brasseries Flo).

"Surtout dans les restaurants des zones commerciales" où la clientèle a des revenus modestes, ajoute-t-il.

"Mon déjeuner, je le prépare à partir des restes de la veille ou de l'avant-veille", explique Idayath Banguet. "Ca ne coûte pas cher et ça évite de jeter les restes ou de les resservir à sa famille. Et puis ça prend pas trop de temps".

Dans son entreprise, pas de cantine mais une petite salle équipée d'un micro-ondes où ses collègues apportent ce qu'ils viennent d'acheter dans les restaurants du quartier ou au supermarché tout proche.

"La première raison avancée par ces consommateurs, c'est le prix", explique M. Boutboul. "Mais plus étonnant, comme deuxième raison, les consommateurs disent: +là au moins je sais ce que je mange+. Et la troisième, c'est: +je mange ce que j'ai envie de manger+".

Ce phénomène permet l'émergence de nouveaux marchés, comme celui de la "gamelle" nouvelle génération. Les boîtes en fer blanc ont encore la côte mais leur équivalent japonais, les bento, en plastique, sont beaucoup plus tendance.

Français installé au Japon, Thomas Bertrand exporte ces boîtes par internet. Sur son site bentoandco.com, il dit enregistrer "entre 35 et 40 commandes par jour, dont 80% proviennent de France".

En librairie, les rayons livres de cuisine foisonnent d'ouvrages sur le sujet: "mes petits bento", "moi je lunch'box toute l'année", "mes p'tites gamelles"...

Idem sur internet. Auteure du blog culinaire "ma p'tite cuisine" depuis 2005, Audrey Bourdin en a ouvert un second, "mon p'tit bento", il y a deux ans et revendique "800 visiteurs par jour et pas seulement des femmes".

Plusieurs raisons, selon elle, expliquent cette tendance: "le restaurant tous les midis, c'est trop cher; le sandwich de la boulangerie d'à côté, on s'en lasse et c'est pas

toujours bon pour la ligne; les gens font de plus en plus attention à ce qu'ils mangent et enfin, le fait de faire la cuisine revient à la mode".

Ses recettes: l'art d'accomoder les restes, "rapidement parce qu'il ne faut pas que cela prenne trop de temps, en variant pour ne pas donner l'impression de manger la même chose et en soignant la présentation".

Même les cours de cuisine s'engouffrent dans la tendance. Les **Ateliers** des chefs proposent des séances dédiées à la lunch-box, où l'on "apprend à réutiliser les produits du frigo". En test en septembre, les cours pourraient être pérennisés au vu de la forte demande, selon Fanny Dumoulin, responsable marketing et communication.

cb/na/phi