



## À LA UNE

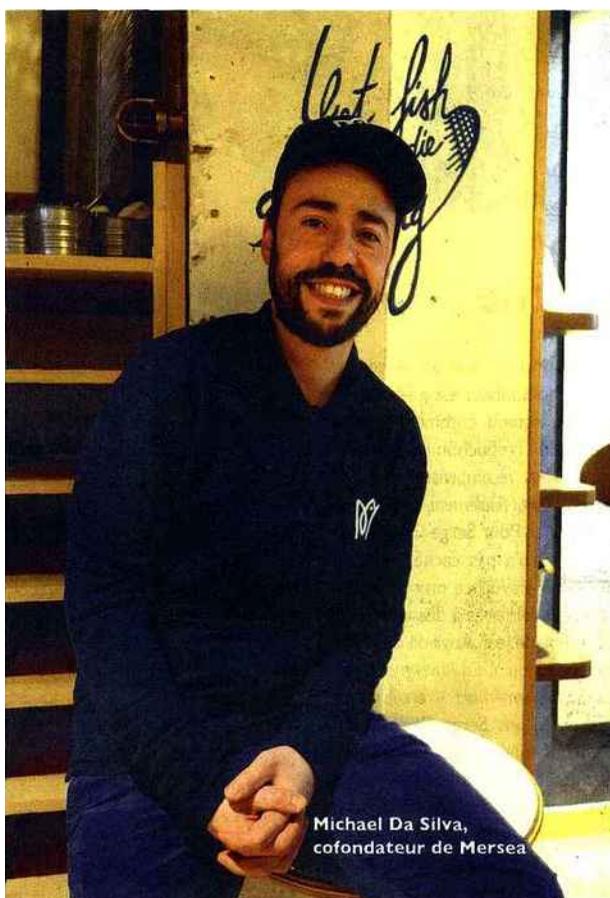
### RESTAURATION

# Démocratiser le poisson, c'est possible

**Aujourd'hui encore le poisson et les crustacés restent des produits à part dans la restauration. Dépendants de techniques culinaires précises, d'impératifs de fraîcheur ou d'un sourcing parfois complexe, ils nécessitent des méthodes de travail pointues. Pourtant, qui dit produit à part, dit produit d'exception et les jeunes restaurateurs l'ont bien compris. Rencontre avec certains d'entre eux qui ont**

**la passion de la mer chevillée au corps, et s'attellent chaque jour à démocratiser le poisson.**

**P**our comprendre en quoi la restauration iodée est une économie singulière, commençons par évoquer le cas des franchises. Si l'on considère que ces dernières sont un bon indicateur de la démocratisation d'une catégorie de produits, force est de constater qu'en France les chaînes dédiées au poisson se comptent sur les doigts de la main. On pense spontanément à Léon de Bruxelles, même si son approche du thème est restreinte (moules-frites). Il y a aussi Amarine dans le



Michael Da Silva,  
cofondateur de Mersea



**Comme le fish and chips, le M in Black Burger a été pensé pour séduire bien les « fish lovers » et les néophytes.**



nord du pays, Vin et Marée ou les Bar à huîtres, à Paris, dans un registre plus haut de gamme, ou, à une échelle encore plus réduite, Le Crabe Marteau, d'abord implanté à Brest et qui, après Lorient et Paris, vient d'ouvrir un quatrième établissement à Bordeaux. L'autre exemple à retenir est La Criée, maison fondée dans les années quatre-vingt, puis développée sur le territoire à partir des années quatre-vingt-dix. Elle se démarque notamment par une double activité de restaurateur et de mareyeur (du côté de Concarneau). Une présence des deux côtés de l'échiquier et tout au long de la chaîne d'autant plus précieuse qu'elle répond aux attentes des consommateurs en quête de transparence.

### **La nécessité d'une relation privilégiée avec les fournisseurs**

Ce fonctionnement n'est pas qu'un support communicationnel, c'est aussi et surtout un moyen d'économiser et donc de proposer des produits qualitatifs à des prix attractifs. Ce lien fait notamment partie de l'ADN de l'adresse Juste, qui n'est autre que la réunion d'une bande d'amis amoureux de la marée, travaillant également d'un bout à l'autre de la chaîne. Il y a d'abord les deux

Romain, qui gèrent le restaurant parisien, puis Amélie, Timothy et Yoann, qui ont repris en 2011 la maison Thaëron à Riec-sur-Bélon, dans le Finistère. Romain Marguerie de Rotrou nous en dit plus : « Lors du lancement du projet avec Juste, nous étions tous motivés par l'envie de démocratiser les produits de la mer. Nos associés voulaient notamment transcender leur simple statut de fournisseur et faire en sorte que la maison Thaëron soit connue du grand public. D'où l'épicerie marine que nous avons développée en parallèle de l'établissement. Quant à l'activité de restauration, elle profite évidemment de ce mariage pérenne puisque les Thaëron font du volume et proposent donc des prix intéressants. Les avantages sont également d'ordre logistique : portionnage, maintien des produits, outils techniques permettant d'aller chercher de la DLC, etc. Bref, une expertise indispensable qui fait que l'on achète mieux, que l'on stocke mieux et donc que l'on perd moins. » Dans le secteur, la notion d'expertise semble en effet indispensable. Pour Mersea, ouvert en 2016 rue du Faubourg-Montmartre, celle-ci s'incarne dans la collaboration avec le chef doublement étoilé Olivier Bellin dont la philosophie et le travail autour des produits de

la mer font référence. Michael Da Silva, un des quatre cofondateurs, nous raconte en quoi travailler avec le patron de l'Auberge des Glazicks est primordial : « Nous y sommes allés au culot car nous ne connaissions pas personnellement le chef. Après quelques allers-retours à Plomodiern, il a été convaincu par notre envie de faire honneur au poisson frais tout en le rendant accessible et gourmand. Il nous a aidés à bâtir la carte et nous a prodigué de précieux conseils, que ce soit en termes de gestion ou de cuisine. Grâce à lui nous avons notamment compris que (presque) tout est bon dans le poisson ! »

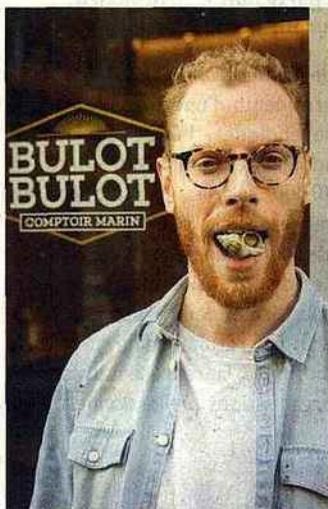
### **Le produit est roi**

Mersea s'est alors fait connaître grâce à son fish and chips à la française, composé de lieu jaune ainsi qu'une panure légère. Ce classique de la street food, aussi bien consommable sur place qu'à emporter, est, selon Michael, une porte d'entrée idéale pour ceux, encore nombreux, qui sont réticents aux mets issus de la marée. La démocratisation passe donc par une éducation de fond : « Ici le produit est roi, poursuit-il. On ne



Juste, côté mareyeur

masque pas le goût avec des épices ou des sauces, au contraire. Notre devise est autrement poisson, en référence à l'expression c'est autrement bon qui suggère aussi bien l'idée d'une alternative que celle de proposer des choses goûteuses. » Du côté de Bulot Bulot, un tout nouveau comptoir marin inauguré en



**Étienne Ryckeboer**  
de Bulot Bulot, un amour du produit dévorant

janvier 2018, Étienne Ryckeboer partage cette idée qu'avec les fruits de mer on ne peut pas faire de concessions : « Démocratisation n'est pas synonyme de low cost. Mon idée première était de créer un lieu détendu et abordable, mais l'argument de la qualité prévaut sur celui

des prix. Ma mission est d'abord de sourcer des produits exceptionnels, d'où notre carte courte. »

### Partir d'une feuille blanche

Grâce à ces exemples on comprend que cette ouverture passe par la création de concepts innovants en rupture avec les brasseries ou les restaurants traditionnels. Tous s'accordent à dire qu'ils se sont lancés dans l'inconnu car, en tant que consommateur, aucune adresse ne correspondait à leurs envies. Romain de Juste précise : « Nous étions fans des formules planches, mais celles-ci étaient accaparées par la charcuterie. On ne voyait pas pourquoi cette ambiance apéro ne pouvait pas s'appliquer à des plats iodés. » Cependant, loin d'eux l'idée d'abandonner le terme de « restaurant », notamment vis-à-vis du travail fourni : « Aujourd'hui il y a de multiples dénominations qui pourraient s'appliquer à Mersea,



rappelle Michael Da Silva. Nous assumons le mot restaurant car nous proposons de la vraie cuisine, du service, etc. Pour l'anecdote, il faut savoir qu'au début le fish and chips était servi en salle avec du packaging. Rapidement notre clientèle nous a fait comprendre qu'au vu de sa qualité il était dommage de le présenter de la sorte. Nous avons alors utilisé de la vaisselle. » Un exemple prouvant que même si les produits de la mer s'ouvrent aux nouvelles tendances, il y a des habitudes qui restent solidement ancrées. ■

**Boris Cuisinier**



## Les Voiles nage entre deux eaux

**Entre gastronomie classique ou concept food, une alternative est-elle possible pour le poisson? C'est ce que démontre Christophe Huchet avec Les Voiles, créé en 2012.**



L'intérieur des Voiles. À noter qu'il y a deux ans, Christophe Huchet a également ouvert son bar à huîtres et tapas iodées, Haddock & Co.

« Les produits de la mer sont un domaine que je connais très bien puisqu'avant Les Voiles j'ai été à la tête de deux autres établissements spécialisés : le Winch et Vent d'ouest. J'essaie de me positionner dans un entre-deux mêlant tradition et modernité. Je ne voulais ni d'un lieu trop classique car d'autres, comme La Cagouille ou Rech à Paris, le font déjà très bien, ni quelque chose trop dans l'air du temps car les tendances peuvent être éphémères. Ici, le cadre est spacieux, convivial, sans nappage. Le menu entrée-plat-dessert à 37 euros est axé autour de produits courants. Nous sommes sur un créneau plutôt bistrannique pouvant attirer une clientèle variée. D'après mon expérience, je ne dirais pas qu'il est plus compliqué qu'avant de faire du poisson. L'exigence est la même. Mais celle-ci a du positif, que ce soit au niveau de la clientèle, souvent constituée des connaisseurs, ou au niveau managérial. Par exemple, lorsque je recrute un chef je rencontre des gens passionnés pour qui travailler la marée représente une vraie valeur ajoutée. Quelle que soit leur gamme, ce sont des produits qui méritent un traitement exceptionnel. Si je ne devais donner qu'un seul conseil à ceux qui voudraient se lancer c'est de mettre avant tout l'accent sur la pêche équitable et la fraîcheur. »



Juste, côté restaurant