

LES CHAÎNES DE RESTAURANTS DES NOUVEAUX « FOOD ENTREPRENEURS »

# Manger entre « fast » et « slow »



d'ailleurs été baptisé dans le domaine de la restauration: le *fast casual*.

A mi-chemin entre le restaurant indépendant et les grandes chaînes de fast-food, ces enseignes se sont développées dans un secteur en pleine mutation. Les entrepreneurs à la base de ces concepts ont comme démarche de bien faire tourner un premier res-



*Des restaurants-concepts à mi-chemin entre le resto indépendant et les chaînes de fast-food naissent à Bruxelles, Liège et Anvers. Cette tendance, calquée sur un modèle anglo-saxon, séduit une clientèle active et branchée sur les réseaux sociaux.*

GÉRY BRUSSELMANS

Il n'est plus forcément besoin de passer par la case McDo pour manger un hamburger. De nombreux spots plus haut de gamme, qui proposent évidemment un produit plus cher qu'un Big Mac, fleurissent à Anvers, Gand, Liège et Bruxelles.

Mais il n'y a pas que dans les burgers que des chaînes développent chez nous de nouvelles expériences culinaires. Et elles ne sont pas américaines, mais bien belges. Citons notamment Umamido, Peck, Manhattn's, Huggy's Bar, Donki, Balls & Glory ou encore Ballekes. Même si les menus sont différents, la recette est sensiblement la même: on y mange des produits qualitatifs, servis rapidement et à des prix relativement abordables. Ce concept a

taurant, avant de le répliquer, à l'échelle d'une ville ou du pays. « Il y a 10 ans, le schéma classique en Belgique était celui du restaurateur qui se formait dans plusieurs cuisines avant de lancer sa propre affaire par passion, analyse Philippe Trine, président de la section restaurant de Horeca Bruxelles. Aujourd'hui, il faut compter sur une nouvelle vague d'entrepreneurs. Il s'agit de jeunes sortis de l'Ichec ou de Solvay, qui ne connaissent pas forcément l'univers de la cuisine au départ. Ils voyagent beaucoup, ils testent et importent des concepts, en y ajoutant une certaine maîtrise de la gestion. »

Les amateurs de ces nouveaux restaurants sont surtout des jeunes, étudiants ou travailleurs, passionnés par

les nouvelles tendances et fort actifs sur les réseaux sociaux, Instagram en tête. «Le *food* est la dernière tendance rentrée dans la culture pop, estime Jérôme Vandermeulen, fondateur du Manhattn's Burgers, chaîne de fast-food premium. Au lieu d'acheter des CD, les jeunes d'aujourd'hui vont au restaurant une à deux fois par semaine.»

### Tendance anglo-saxonne

Comme l'explique Guy Quiryren, patron de la chaîne Umamido, spécialisée dans les nouilles asiatiques, la Belgique ne fait que suivre une tendance née dans les pays anglo-saxons. «A Londres

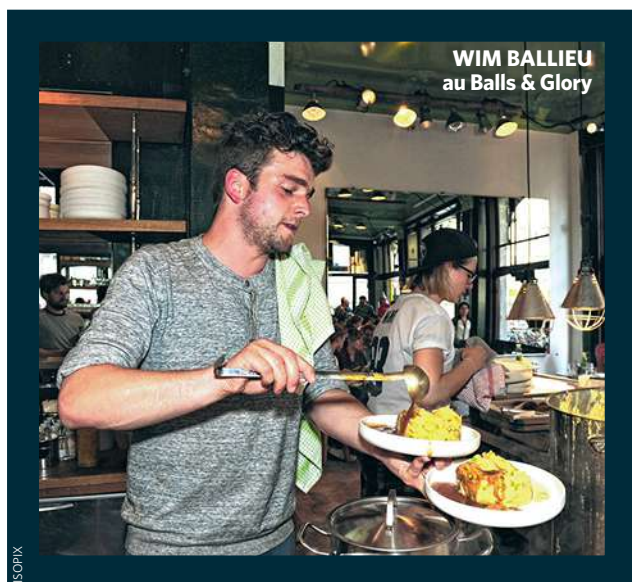
The Huggy's Bar, dont le dixième restaurant ouvrira à Charleroi en février 2019. Même si j'ai fait des études d'économie, j'évolue dans la gastronomie depuis l'âge de 16 ans. Il faut un minimum de connaissances dans l'horeca pour pouvoir lancer ce type d'affaire.»

### Mini-chaînes mais elles font le maximum

Force est de constater qu'au-delà de l'aspect émotionnel, ces jeunes entrepreneurs utilisent une recette dont les ingrédients ne se trouvent pas forcément dans l'assiette... mais plutôt en cuisine. «L'arrivée de la boîte noire,

où le menu et l'emplacement dictent le chiffre d'affaires, une mini-chaîne doit jouer sur le qualitatif tout en optimisant les coûts. Le vocabulaire de ces jeunes entrepreneurs tourne autour du ticket moyen du consommateur, du profil type du client, de la rotation ou encore du coût matière.

«La majorité des concepts *fast casual* fonctionnent sur le même modèle, analyse Guy Quiryren, de Umamido. Le coût d'achat des matières premières est d'environ 25% du prix de vente. C'est sur les frais salaires et les charges que nous devons faire la différence. Pour fonctionner dans un concept de restau-



ou à New York, les restaurants indépendants sont relativement rares, alors que les chaînes sont légion. Pour bien fonctionner, un restaurant doit être la référence dans son domaine. Les clients viennent parce qu'une adresse propose le meilleur *ramen*, la meilleure pizza ou les meilleurs spaghettis. Si on ne se concentre pas sur un seul produit, on rentre dans le système de la brasserie, qui propose une large carte.»

Cette nouvelle génération d'entrepreneurs, rarement âgés de plus de 35 ans, n'a pas seulement compris l'importance des réseaux sociaux pour faire tourner le concept. «Ceux qui entrent dans ce milieu sont attirés par un projet bien concret et, surtout, ils sont passionnés par la gastronomie, explique Thomas Mémurlin, jeune patron de l'enseigne

les contrôles sur le travail au noir et les nouveaux modes de communication sont les trois éléments qui ont poussé le secteur de la restauration à se renouveler», estime encore Thomas Mémurlin. Car comme l'explique Jérôme Vandermeulen, de la chaîne Manhattn's, «une mini-chaîne doit s'adapter aux contingences économiques et légales actuelles, que respectait peut-être moins une brasserie classique voici 10 ans.»

«Un plongeur ou un serveur nous coûte en moyenne 21 euros de l'heure et nous payons 21% de TVA sur la bière, ajoute Jérôme Vandermeulen. Pour rentabiliser la location d'un emplacement et le personnel, nous sommes obligés d'optimiser nos frais.» Contrairement aux restaurants plus traditionnels,

ration, il faut soit faire du premium, soit du volume.»

### Pas n'importe où

Au-delà de l'intérêt du grand public pour ces nouveaux concepts de restauration, ces mini-chaînes sont-elles vraiment rentables? «Ce n'est certainement pas l'appât du gain qui doit motiver, estime Thomas Mémurlin. Notre entreprise compte certes 200 employés et totalise 10 millions d'euros de chiffres d'affaires annuels, mais nos restaurants ne sont pas tous rentables. Certains sont à l'équilibre, d'autres offrent 4% de rentabilité. Ceux qui fonctionnent le mieux sont ceux qui sont les mieux placés. Cela fait six ans que nous nous sommes lancés et notre travail commence à porter ses fruits.» «Quelques restaurants ➤

## PAS ENCORE DE VRAI INCUBATEUR «FOOD» EN BELGIQUE

Entre la sortie des écoles de commerce et l'ouverture de ces nouvelles chaînes de restauration, certains entrepreneurs renforcent leur modèle économique grâce à des incubateurs spécialisés. Plus avancées, les grandes villes françaises proposent des programmes pour tous types de start-up orientées *food*, de la production à la distribution en passant par la restauration (DigitalFoodLab et Smart Food à Paris, ou encore la Food Factory à Lyon). En Belgique, le secteur est encore relativement peu structuré. «Il n'existe malheureusement pas de vrai incubateur spécialisé dans le *food* en Belgique», regrette Elodie Bouscarat, responsable de Co-oking, une cuisine professionnelle partagée, située dans un zoning et louée par des entrepreneurs pour tester de nouveaux concepts. «Nous avons récemment lancé un pack *starter*, qui permet à un entrepreneur de bénéficier d'un certain nombre d'heures en cuisine ainsi que des heures de coaching (rentabilité d'un restaurant, importance de la communication, etc.). A défaut de pouvoir se tourner vers un vrai incubateur, un jeune entrepreneur peut se faire aider par des plateformes plus générales, privées ou publiques, à l'instar d'Impulse ou de Hub.brussels. Vu le développement du secteur, il est fort probable qu'un incubateur *food* naisse en Belgique d'ici un an ou deux.»

A noter qu'il existe aussi, entre Gand et Alost, un lieu appelé Proef.lab. Il s'agit d'un nouvel espace de production qui encadre les jeunes pousses dans le développement de leurs produits. Un concept intitulé Cookwork.be, lui aussi développé par Elodie Bouscarat, vient également de se créer. Pour tester un projet, des entrepreneurs peuvent louer de vraies cuisines de restaurant.



Umamido engrangent plus de 10% de bénéfices», estime de son côté Guy Quiryne, de chez Umamido. «Les restaurants à Bruxelles ou Louvain fonctionnent bien mais celui d'Anvers représente un plus gros challenge», ajoute-t-il.

L'arrivée de ces mini-chaînes bouleverse en tout cas le secteur, qui compte près de 60.000 établissements en Belgique (hôtels et cafés compris). Elle pousse les «anciens», formés en cuisine, à considérablement repenser leur modèle. Ces restaurateurs doivent-ils s'inquiéter pour leur avenir dans un contexte économique déjà plutôt maussade? Probablement pas. D'abord car les nouvelles chaînes visent une clientèle assez ciblée. Ensuite parce qu'elles ne s'implantent pas

n'importe où. Comme l'avance l'organisme Hub.brussels, spécialisé dans le développement des commerces à Bruxelles, «ces nouvelles chaînes s'implantent dans des quartiers très tendance, à forte densité de jeunes.» A Bruxelles, il s'agit, par exemple, des quartiers Sainte-Catherine, dans le centre-ville, ou de la place Flagey. Des enseignes de ce type n'existent tout simplement pas à Jette, Molenbeek ou Evere et encore moins dans des villes moyennes ou des villages.

### Coup de fouet pour l'horeca

Que le nombre des restaurants *fast casual* croisse, c'est de toute façon plutôt une bonne nouvelle pour le secteur en général, quand on sait que certaines chaînes emploient plus de 100 salariés.

Mais cette tendance va-t-elle durer? «Je ne pense pas qu'elles soient juste un effet de mode, estime Philippe Trine, président de la section restaurant chez Horeca Bruxelles. Je trouve cela très positif comme tendance. Cela bouscule le marché et cela donne un bon coup de fouet à tous les acteurs du secteur, qui doivent, eux aussi, se remettre en question.» ©



**THOMAS MÉMURLIN ET ROBERTO NAVARRO,**  
les deux fondateurs du Huggy's Bar.



**JÉRÔME VANDERMEULEN,**  
cofondateur du Manhattn's Burgers.