



STYLE

LE BŒUF SE MET EN SCÈNE





► 18 janvier 2019 - N°152 - Edition Week - End

La consommation de viande est en baisse? Pour les - bons - restaurateurs, c'est peut-être une aubaine. À condition de ne plus se contenter de pousser une banale entrecôte dans l'assiette mais de proposer une « expérience », un moment. Du style, quoi!



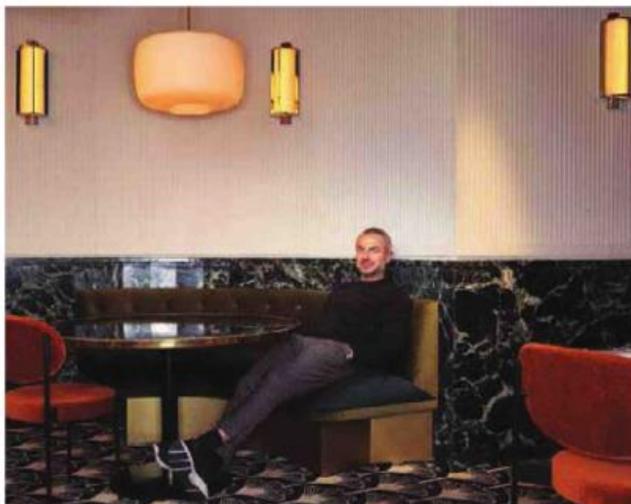
C

e soir d'octobre, Riccardo Giraudi savoure l'instant. Son Bœufbar, tout juste ouvert dans l'ancienne Fermette Marbeuf à Paris, à deux pas de la prestigieuse avenue George V, fait déjà le plein. Il y a quelques jours, cheminant entre rouleaux de moquette et placoplatre, on peinait à croire que les délais seraient tenus. Lui n'a jamais douté. Le duo d'architectes Humbert & Poyet, en revisitant le lieu, a magnifié la salle Art nouveau classée et sa verrière colorée. Tout sourire, en jean, tee-shirt, sneakers et l'œil - bleu - qui veille à tout, Riccardo accueille les clients avec un mot pour chacun. Plus tard, il ira s'attabler avec Alain Ducasse, faiseur de rois culinaires, et Akrame Benallal, figure doublement étoilée de la jeune génération de chefs créatifs. Une forme d'adoubement pour ce nouveau temple de la viande d'exception où les bœufs aussi rares que chers - Kobe certifié, Wagyu, Black Angus et autres - tiennent la vedette.

Ici, c'est l'anti-steakhouse. Ni odeurs de grillon, ni quartiers de bœuf pendus à des crocs. Les pièces de viande trônent dans une vitrine-écriin comme des œuvres d'art, avec leur prix au kilo sur l'étiquette: en dessous de 400 euros, s'abstenir. À table, la street food (« jamon » et rillettes, miniburgers, tacos fumés, rolls, gyoza, tous au Kobe) rivalise avec les côtes, entrecôtes, coeurs de filet et autres bavettes et hampes... Entre les empanadas à 14 euros et le Tomahawk - une côte de Black Angus de 1,4 kg - à 310 euros, on s'en sort pour un ticket moyen de 74 euros, affirme en bon comptable le maître de céans. De la haute couture, du « lifestyle ». Comme Akrame, qui veut « rendre l'éphémère inoubliable » et sublime les morceaux carnés dans ses Atelier Vivanda, Riccardo Giraudi rappelle qu'« aller au restaurant, ce n'est pas simplement se nourrir, c'est vivre une expérience. Je ne suis ni chef ni boucher, je crée des concepts ». Ce néo-quadra



► 18 janvier 2019 - N°152 - Edition Week - End



DE BOUCHERIES-RESTAURANTS EN BBQ

La boucherie Les Provinces de Christophe Dru, rue d'Aligre, dans le XII^e arrondissement de Paris, a lancé le mouvement des « boucheries-restaurants » il y a quelques années. Dans cette « étable à manger », on peut acheter sa viande et repartir avec, mais aussi la déguster sur place, avec un verre de vin et contre un « droit de cuisson » (9,80 euros). Des bouchers stars comme Hugo Desnoyer ont eux aussi franchi le pas. Bidoche, à Oberkampf, créé par Alexandre Bottée de Toulmon, un ancien de l'Edhec et banquier reconverti, fait cantine. On y choisit les pièces dans la vitrine. Des viandes nées, élevées et abattues en France, de « terroirs français », de race limousine et bazadaise, plus confidentielle et réputée pour les entrecôtes à la Bordelaise. Quant à Persillé, dans le XIII^e, créé par deux ingénieurs en agronomie, il reprend les codes « déco » des boucheries et ne lésine pas – de Meat Jagger en Brad Tripes, Rôti Balboa, Barback Obama et Angela Merguez – sur un humour version Les Nuls. Le barbecue (BBQ) et le smokehouse sont d'autres formes de mise en scène qui exploitent la culture texane de fumaison et de cuisson lente au charbon de bois, comme à Paris chez Rhino Rouge (près du marché d'Aligre encore), Melt (XI^e) ou Flash (IX^e) créé par deux anciens champions de tennis, David Vidal et Arnaud Champetier.

Ci-dessus: Riccardo Giraudi, au Beefbar de Paris, ouvert en octobre dernier. Créateur du concept, il l'a lancé à Monaco en 2005, puis l'a fait essaimer de Dubaï à Hong Kong. À gauche: exposées tels des objets précieux, les pièces de bœuf servies dans le restaurant ne s'affichent pas à moins de 400 euros le kilo.

anglo-italo-monégasque, passé par une école de commerce et les relations publiques à Londres, il est vrai, respire plus l'oxygène de la mode que celui de Rungis. En entrant dans l'entreprise familiale de trading de viandes, il a négocié avec le paternel d'avoir les coudées franches pour valoriser des viandes du monde entier triées sur le volet et ouvrir des restaurants ad hoc.

DES ÉCRINS RARES ET CHICS

« On accepte bien d'acheter un tee-shirt blanc à 400 euros, de payer 700 euros pour un vin. Pourquoi, alors, ne pas payer 400 euros le kilo pour un animal élevé et bichonné pendant quatre ans ? Aux États-Unis, on n'a pas la même la vision de la viande qu'en Europe. À New-York, il y a déjà quinze ans, on n'avait pas peur de mettre 40 dollars au restaurant dans un bon steak », témoigne Riccardo Giraudi. Ses Beefbar, comme d'autres concepts et lieux du groupe (Beefiro, Grubers, Anah), sont nés de cette

analyse et de la nécessité économique qu'il y a à rentabiliser l'ensemble de l'animal et non ses seules parties nobles. Après Monaco, ouvert en 2005, les Beefbar ont essaimé à Dubaï, Mexico, Cannes, Budapest, Mykonos, Hong Kong (une étoile Michelin), Paris... D'autres vont ouvrir, avec toujours le même credo: des lieux uniques, rares. Il n'y en aura qu'un seul à Paris. Pas question de galvauder le concept. Si Riccardo Giraudi paraît s'amuser beaucoup, la stratégie semble aussi payer en bas de bilan. Les 3500 tonnes de viandes rares sourcées aux quatre coins de la planète ne pèsent que 5% des volumes totaux traités par le groupe, mais beaucoup plus en chiffre d'affaires (non dévoilé). Un record quand on sait que ces animaux de luxe représentent moins de 0,1% de la production mondiale de viande et 1 à 2% de la consommation européenne!

Pas de quoi, quand même, sauver une industrie en souffrance. « Lundi vert »,



► 18 janvier 2019 - N°152 - Edition Week - End

Olivier Metzger à Rungis. Boucher passionné, il fournit nombre de restaurants étoilés en viandes du monde entier. Australie, Argentine, Galice, Écosse, Japon... Les provenances dessinent une carte mondiale du tendre, du goûteux, du juteux...



véganisme et antisépécisme, attaques de boucheries et études – comme celle, récente, du Forum économique mondial qui assure que renoncer au bœuf réduirait drastiquement les émissions de gaz à effet de serre – contribuent à créer un climat peu favorable aux « viandards », ceux que Paul Ariès entend pourtant déculpabiliser dans son dernier ouvrage (*Lettre ouverte aux mangeurs de viande qui souhaitent le rester sans culpabiliser*, Larousse, janvier 2019). « En dix ans, la consommation de viande a baissé de 12% en France, selon le Credoc. C'est lié à la modification des habitudes alimentaires, au prix, à une plus grande attention portée à la santé, à l'environnement, au bien-être animal », explique ainsi Louiza Hacene, la jeune PDG de Malou, spécialiste du marketing d'influence « food ». Aux Halles de Rungis, dans les locaux réfrigérés d'un blanc immaculé où sont reçues et préparées des viandes du monde entier avant de repartir chez les clients – dont nombre de restaurants étoilés –, Olivier Metzger ne voit pourtant pas dans cette approche « lifestyle » à la **Riccardo Giraudi** la solution miracle. « C'est une petite niche. Si beaucoup de gens sont prêts à payer 1000 euros un smartphone, très peu sont enclins à payer 180 euros une entrecôte, sauf peut-être à Mykonos ou Dubaï, et ça ne changera pas », assure ce boucher expérimenté et passionné, représentant de la quatrième génération d'une famille de bouchers-négociants débarqués de Bavière à Paris dans les années 30. « Riccardo est un garçon brillant, nous travaillons un peu ensemble, mais c'est un importateur qui défend les viandes du monde, moi je défends l'avenir de la viande sur la planète et comment

en donner à manger à tout le monde. Aux États-Unis, 70% de la viande est consommée hachée, 45% en France et cela augmente », tranche Olivier Metzger qui, du changement climatique à la révolution technologique, pose un constat sans concession mais, énigmatique, « garde pour lui ses solutions ». Irréconciliables, Giraudi et Metzger ? Deux façons de voir, deux personnalités différentes surtout.

L'ALIMENTATION, SECRET DU GOÛT

Reste que les viandes « premium » proposent une belle opportunité aux restaurateurs prêts à soigner les adeptes du manger moins mais mieux, sain, festif, éthique. Quitte, s'il le faut, à jouer la petite musique du snobisme, du « happy few ». Car si les Français mangent moins de viande à domicile, ils en consomment plus en dehors. Et, si les **Beeffbar** poussent loin le concept, c'est à une véritable mise en scène

du bœuf que se livrent les professionnels, des chefs prestigieux aux restaurants-boucheries et aux BBQ qui ont fleuri ces dernières années (lire encadré page précédente). Avec talent pour certains comme Jean-François Piège, trois étoiles Michelin et cinq toques Gault & Millau pour son *Grand Restaurant*, qui a ouvert à Paris son propre temple à la gloire de la braise et du rôti, le *Clover Grill*, à la convivialité bon enfant, tout en marbre, acajou et cuir. Sur la carte, côtes de bœuf et entrecôtes « racées » y ont la part belle : Salers by Metzger, Noir de Baltique, Angus d'Aberdeen, Black Market d'Australie, Prime Angus du Kansas, Rubia Gallega de Galice... Jean-François Piège est assurément un maître du genre reconnu et l'équipe donnera chez lui force détails au client curieux. Mais ces noms qui fleurissent bon l'exotisme, les racines ou le terroir font le plus souvent figure de sésames marketing et de miroir aux alouettes.

MANUEL PELAU POUR LES ECHOS WEEK-END - SHUTTERSTOCK



Black, la plus répandue) réputées pour leur persillé. Elles ont essaimé et ont été croisées dans des élevages en Australie et aux États-Unis, soumis aux modes d'alimentation de ces pays, différents de ceux du Japon. Ce sont elles qu'on trouve le plus souvent sur les cartes ou les étals.

Angus. Race originaire d'Écosse (la Black Angus est la plus connue), elle aussi souvent utilisée dans les croisements (comme la Charolaise), elle s'est imposée dans de grands élevages aux États-Unis et en Australie. Son persillé et son équilibre viande/gras satisfait de nombreux palais.

Persillé. C'est le degré de graisse au sein du muscle, qui donne à la viande un aspect « marbré » (shimofuri, en japonais) et lui confère sa tendreté et son goût.

Classement des viandes. Chaque zone géographique a le sien. En Europe, il s'appuie sur l'engraissement et la forme (la prédominance de certaines découpes comestibles). Aux États-Unis, on classe le persillé (sept niveaux), mais pas la forme, et en Australie on ajoute la couleur de la viande. Au Japon, on tient compte - un peu - de la forme, mais surtout du persillé, de la couleur du gras, de celle de la viande, du lustre...

LEXIQUE



Kobe. Très réputé, le boeuf de Kobe n'est exporté du Japon que depuis 2014. C'est un Wagyu (Japanese Black) né et élevé - aux céréales - dans la préfecture de Hyogo, selon une méthode séculaire. Le massage, la bière ou la musique qui bercerait leur quotidien relèvent plutôt du mythe. Les bêtes sont brossées pour être belles, on ajoute un peu de houblon dans leur pitance et la musique est un appel à aller se nourrir. Un boeuf n'est Kobe qu'après abattage (entre 28 et 60 mois). Une association veille au respect strict des règles. Sur le site officiel (www.kobe-niku.jp), on suit au jour les quantités produites, les destinations...

Wagyu. Les Wagyu sont à l'origine des lignées japonaises (dont la Japanese

dirais qui tu es! Un Angus élevé à l'herbe en Irlande et fini quinze jours aux céréales n'a pas le même goût ni la même texture que celui grandi dans la pampa argentine, nourri aux légumineuses, aux graminées et à la canne à sucre. Ou que celui nourri au maïs aux États-Unis. Les céréales, plus caloriques, donneront une viande plus tendre avec plus de gras intermédiaire, ce persillé dans lequel se logent les parfums et les arômes distinctifs de la race et du type d'élevage. La pomme de terre et un peu de houblon contribueront à donner au boeuf de Kobe ses caractéristiques gustatives, comme la patate douce au Wagyu de Kagoshima...

La durée de chaque mode alimentaire (herbe, céréales, etc.) est également déterminante. « L'alimentation animale est un vrai travail de diététicien », confirme-t-on chez Giraudi. Enfin, le sexe de l'animal joue aussi. Si les mâles castrés, qui mangent plus et font plus de gras, fournissent l'essentiel du bataillon, les vaches de réforme, plus âgées et qui ont porté de nombreuses fois, comme la Galice (race espagnole parfois abattue à 12 ans), séduisent les amateurs de viande moins tendres - pour cela maturées de 45 à 60 jours - mais au goût plus prononcé. C'est de la maîtrise de cette infinité de possibilités que sortiront - ou non - les viandes de luxe, les Prada et de Gucci du genre, assure un spécialiste : Premium Black Angus de Creekstone Farms aux États-Unis, Angus de Marubeni produit à la japonaise en Australie, Kobe d'origine... Un monde où, là aussi, mieux vaut se méfier des contrefaçons.

Plus d'infos sur weekend.lesechos.fr

Quand la méconnaissance ne règne pas carrément! Dans un restaurant parisien trendy nouvellement ouvert, impossible d'obtenir la carte d'identité d'une belle entrecôte vendue pourtant 80 euros. Même le chef l'ignorait. En France, question de culture, le nom du morceau - filet, entrecôte, rumsteck, etc. - reste l'alpha et l'oméga. Alors que le goût, la qualité et la valeur de la viande sont le fruit de nombreux critères. Ainsi, la race identifie surtout un trait particulier - le muscle du Charolais, le persillé de l'Angus... Un Angus, ou un autre, pourra varier d'excellent à médiocre. La généalogie (croisements, filiation) et le talent des éleveurs comptent tout autant que la génétique d'origine. Comme chez les chevaux, les traits de sperme de reproduction sont des trésors dont le prix peut dépasser 5 000 euros. L'alimentation de l'animal tout au long de sa vie est elle aussi primordiale. Dis-moi ce que tu manges, je te