

LE FIGARO et vous



PATRIMOINE
LA MAISON GAINSBORG, LIEU DE MÉMOIRE PARISIEN DU CHANTEUR, DANS UNE TOURMENTE JUDICIAIRE
PAGE 29



GASTRONOMIE
LE SUCCÈS DU CAFÉ DE SPÉCIALITÉ DANS LES COFFEE SHOPS ET LES GRANDS RESTAURANTS
PAGE 32



Michel Blanc, drôlement triste

Le comédien est décédé, dans la nuit de jeudi à vendredi, d'un arrêt cardiaque. Popularisée par ses rôles comiques, cette figure du Splendid avait aussi le goût des personnages ambivalets. **PAGES 26 ET 27**

EDOUARD CAPTEL/PROSCOD; SEBASTIEN SORIANO/LE FIGARO; MAURISE PHOTOGRAPHY

La magie inuite ensorcelle Paris

Valérie Duponchelle

Le Centre culturel canadien célèbre cette culture animiste, collective et spirituelle. Un voyage artistique dans le Grand Nord.

L'esprit des Inuits avait déjà frappé à la 59^e Biennale de Venise en 2022, qui découvrait les grands dessins colorisés de Shuvinaï Ashoona, née en 1961 à Kinngait, lieu connu jusqu'en février 2020 comme Cape Dorset, au sud-ouest de la terre de Baffin et au nord-ouest de la baie d'Hudson. Ce récit en fraîches images d'une vie au Grand Nord canadien mêlait traditions ancestrales, animaux symboliques et ajouts de la vie moderne, d'où ces visages de rouquins associés aux tresses brunes des peuples traditionnels du Groenland, du nord du Canada, de l'Alaska et de la côte nord-est de la Sibérie. Cette bouffée d'air frais lui a valu une mention spéciale du jury, qui couronna l'Américaine Simone Leigh pour ses sculptures de femmes monumentales.

La voici parmi les siens, les 32 artistes qui représentent en 130 œuvres « Une coopérative artistique inuite dans le Grand Nord canadien. Kinngait, Nunavut ». Installé dans le quartier Matignon depuis 2018, le Centre culturel canadien accueille sous sa verrière de 160 m² creusée sous un parking la collection Claude Baud et Michel Jacot pour célébrer le 25^e anniversaire de la Fondation du territoire du Nunavut et le 65^e anniversaire de la West Baffin Cooperative de Kinngait (son petit igloo rouge sert de monogramme sur les estampes). Ainsi placée dans un grand espace blanc qui surprend par son ampleur à Paris,

cette collection franco-suisse est une pionnière qui a fait connaître l'art inuit du Canada en France. Ces passionnés ont publié leur bible, *Art inuit. La sculpture et l'estampe contemporaines des Esquimaux du Canada*, chez Fragments Editions en 1997 (épuisé).

Onirisme et acuité visuelle

Cet art premier éblouit par sa beauté, son onirisme et son acuité visuelle de chasseur qui voit le tout et le détail. L'animisme des Inuits donne une âme à toute chose. Pierre comprise, lorsque la lithographie lui emprunte son relief irrégulier pour dessiner une aile verte. L'art de la symétrie transforme les sujets de la vie quotidienne en une frise éternelle où les couleurs donnent une puissance formelle intense aux corbeaux, aux hiboux, aux esprits de l'océan Arctique, aux légendes et cosmogonie de l'Ancien et du Nouveau Monde (*Le Retour du soleil*, par Kenojuk Ashevak, 1993). Dédoublés, les oiseaux tressent les cheveux des femmes de leurs longs becs. Massifs comme une petite montagne, les buffles musqués aux fines cornes pointues dévoilent leurs petits sous leurs poils laineux.

C'est une très longue tradition. Shuvinaï Ashoona, 63 ans, est la petite-fille de Pitsoelak Ashoona, figure majeure de la première génération d'artistes du Studio Kinngait, fondé en 1959. À découvrir comme on fait un voyage dans le Grand Nord. ■

Un marchand et sa collection

MATISSE BERGGRUEN KLEE · PICASSO



2 oct. 2024 - 27 janv. 2025
Chefs-d'œuvre du Museum Berggruen / Neue Nationalgalerie Berlin



Musée de l'Orangerie

NOCTURNES TOUS LES VENDREDIS

MUSEE-ORANGERIE.FR #ORX48

Expédition organisée et réalisée par l'Institut français de Berlin en collaboration avec le Musée de l'Orangerie et le Musée Berggruen. Une collection d'œuvres de Matisse, Picasso, Klee et Berggruen. Une exposition exceptionnelle de chefs-d'œuvre de l'art moderne et contemporain.

EN PARTENARIAT AVEC LE FIGARO Le Point L'Espresso art & culture

Alice Boslo

En quinze ans, les torrificateurs et les coffee shops qui militent pour des breuvages bien sourcés et bien préparés ont gagné leur place dans le paysage français.

Le temps du petit noir au comptoir serait-il révolu? La boisson brûlée, amère, avalée à la va-vite, laisse place à un éventail d'arômes fruités, floraux ou chocolats ainsi qu'à de nouveaux rituels de dégustation, dotés de leur propre vocabulaire. On parle de café de spécialité, par opposition au café de commodité ou industriel, vendu à bas prix. Comme pour un bon vin, on distingue la variété, le terroir, l'intervention de l'homme, de la récolte à la torrification. Préparé par un barista, le café, dans sa version espresso, lactée (ornée de jolis motifs gras au « latte art »), ou filtre, extrait par méthodes douces (Chemex, V60, Aeropress...), se srotte désormais dans un coffee shop. L'Hexagone compte 3800 de ces cafés d'un nouveau genre, dont 85 % sont indépendants (le reste étant représenté par des chaînes comme Starbucks) selon le Collectif Café, principale fédération du café de spécialité en France. Un chiffre en hausse de 74 % depuis 2010, avec une nouvelle adresse ouvrant ses portes chaque semaine un peu partout sur le territoire. Parmi les précurseurs tricolores de celle qui l'annonce « troisième vague » du café, débarqué en France dans les années 2010, dix ans après le monde anglo-saxon, figurent les torrificateurs parisiens Terres de Café Lomi, L'Arbre à Café (lire ci-dessous) et Coutume. Ce dernier, lancé avec un coffee shop rue de Babylone (Paris 7^e) par l'Australien Tom Clark, compte aujourd'hui 110 salariés, une quinzaine de points de vente grand public à Paris et à Doha ainsi qu'une boutique en ligne (cafés pure origine, matériel) et fournit ses grains à des entreprises et des restaurants. « Le paysage a énormément changé depuis notre ouverture en 2011. Au départ, les clients ne venaient que pour déjeuner, aujourd'hui ils passent en continu jusqu'à 17 heures, avec un pic entre 9 heures et 11 heures », explique Tom Clark, qui se souvient d'une clientèle alors essentiellement constituée d'expatriés. « Désormais, nous avons beaucoup de jeunes, 65 % de femmes, des amateurs de café, mais aussi des gourmands, des gens du quartier, des nomades digitaux. Nous avons converti une, voire deux générations : les enfants de nos premiers clients, âgés d'une vingtaine d'années, ont grandi avec ces codes, cette culture ; ils les appellent les "coffee natives". Il est impen-



Joris Hadjadj, fondateur d'Arbuste, à Caen.



Le coffee shop Coutume Babylone, à Paris (7^e).

MORISSE PHOTOGRAPHY/COUTUME

Le café de qualité à portée de tasse

sable pour eux de boire un café autrement. Si les boissons lactées restent des best-sellers (avec une progression de 20 % du lait d'avoine), le filtre et l'espresso sont de plus en plus appréciés. « Je suis fier que l'on ait résisté aux retours mitigés à nos débuts face à nos cafés très complexes et expressifs. Nous n'avons pas adapté nos recettes. Aujourd'hui, les consommateurs sont d'ailleurs beaucoup plus ouverts à l'acidité. » Chez Coutume, chaque café est illustré par une roue aromatique (cacao, épice, sucré, fruité, floral à un côté, texture, longueur, acidité de l'autre) : « Nous croyons beaucoup à la responsabilisation du client et l'aidons à mettre des mots sur ce qu'il aime. »

Dès ses débuts, Coutume s'est convaincu de l'importance de soigner une offre culinaire différente comme porte d'entrée pour attirer une population moins connaisseuse du café. Cet automne, un menu a été imaginé pour s'accorder à différents grands crus : grillé chesse moirier et poire avec un Sol Naciente colombien aux notes de chocolat et aux arômes de noix, ou cake aux myrtilles avec le Chelbesa d'Éthiopie, aux arômes d'abricot, pêche jaune et cédrat. Des « pairings », recommandés avec du café filtre, « le vin du café », pour en saisir la finesse et donner une dimension nouvelle à la dégustation. Se féliciter de l'essor des coffee shops, Tom Clark alerte toutefois : « Certaines chaînes ou des industriels surfent sur l'engouement pour le café de spécialité en le revendiquant, alors que leurs pratiques en

sont très éloignées. Il ne s'agit pas juste d'une tendance marketing, mais bien de l'ensemble d'une filière à valoriser. »

Un avis partagé par David Serruys, propriétaire de la torrification Proqua, une adresse traditionnelle de 1951 sur la Côte d'Opale, qu'il a rachetée il y a douze ans et convertie au café de spécialité. Il est aujourd'hui à la tête de deux boutiques-coffee shop à Boulogne-sur-Mer et au Touquet - bien sûr, puisqu'un atelier dispensent des formations va ouvrir en face de l'aquarium Nausicaa - ainsi que président du Collectif Café depuis six ans.

« Certaines chaînes ou des industriels surfent sur l'engouement pour le café de spécialité en le revendiquant, alors que leurs pratiques en sont très éloignées »

Tom Clark, Fondateur de Coutume

« Notre mission est de démocratiser le café de spécialité, que je préfère appeler café de qualité, un terme plus simple à comprendre. Nous sommes un peu les Jean Paul Gaultier du café, de la même façon qu'il a démocratisé la haute couture. Mais nous ne voulons pas faire du café un produit de luxe, élitiste. Au contraire ! » Une tasse de café de qualité torréfié en France ne coûte que 4 centimes de plus qu'un café industriel, avance-t-il. Mais beaucoup reste à faire, car la demande a beau

être en hausse, le café de spécialité ne représente que 5 % des importations dans l'Hexagone. De même, si l'essor des coffee shops y est indéniable, on compte 25000 outre-Manche ! « Il existe une vraie marge de progression pour ces lieux apaisants, au cadre convivial, qui ont l'avantage de travailler très souvent avec des acteurs locaux pour leur offre culinaire simple, de saison, adaptée à ceux qui ont moins de temps et de moyens pour leur pause déjeuner. »

Le Collectif Café a lancé les Journées du Café en 2015, cinq jours de rendez-vous pour les passionnés chez des torrificateurs et dans des coffee shops partout en France, offrant ateliers et animations (cette semaine jusqu'à ce samedi). « Nous devons expliquer aux consommateurs les origines des cafés, les terroirs, les méthodes de récolte, de transformation... Combien de personnes ne savent pas encore que le café est issu d'une cerise qui pousse sur un arbre ? D'autant qu'entre le réchauffement climatique et les problèmes géopolitiques, de nombreux producteurs de café en Amérique latine, en Asie et en Afrique peinent à gagner leur vie. « Boire un bon café, c'est aussi faire du bien à la planète et ses habitants, insistent le torrificateur bouloonnais. Une tasse ne change pas la boue, mais des millions le peuvent. »

Autre outil de promotion lancé par le Collectif Café en 2019 : le Paris Coffee Show, festival qui a lieu en septembre au Parc floral à Paris, où sont notamment organisés championnats et concours.

Lors de la dernière édition, un nouveau prix a vu le jour, celui du meilleur coffee shop de France. Trois lauréats ont été récompensés : Terres de Café Blancs-Maneaux (Paris), Haven (Annecy) et Arbuste (Caen). Ce dernier a ouvert ses portes en décembre 2019. Son créateur, Joris Hadjadj, 39 ans, natif de Bourgogne, est tombé dans le café de spécialité en 2010 au Cap (Afrique du Sud), où il a vécu pendant sept ans. Il y découvre la gamme des coffee shops à l'australienne et suit une formation de barista. Installé à Caen, d'où est originaire sa compagnie, il décide d'ouvrir sa propre adresse, dans un paysage ne comptant alors qu'un seul concurrent (contre une dizaine aujourd'hui). Fort d'une nouvelle formation de torrificateur chez Lomi, il inaugure ses 20 places dans un décor cosy en face du château, où il moult ses propres grains bio accompagnés de pâtisseries végétales. « Nous avons beaucoup travaillé sur le service client afin de créer un relationnel et de montrer la nature artisanale de notre activité. Les gens peuvent voir la machine à torréfier derrière le bar et la préparation de leur boisson. » S'il confesse avoir consacré pas mal de temps à expliquer les différences entre les cafés et les modes d'extraction, « Je » estime avoir reçu un accueil positif de la part d'une clientèle curieuse. « Les premières fois, face à des filtres en V60, certains m'ont rétorqué : c'est de la flotte ! Mais je leur ai raconté que c'était la meilleure manière pour évaluer les notes aromatiques d'un café. » A vous d'essayer ? ■

Hippolyte Courty, pionnier de l'excellence à la française

Stéphane Reynaud

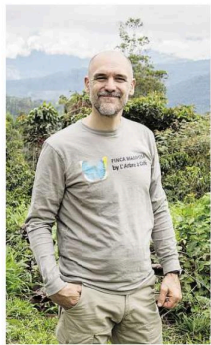
Un jour, l'enseignement des sciences humaines l'ennuie. Le maître de conférences d'histoire médiévale, spécialiste de la Renaissance italienne à l'université Paris IV, réalise qu'il préfère « le monde des vivants ». La dégustation de vin le passionne. Hippolyte Courty se conçoit une formation sur mesure, sollicite des professionnels de la sommellerie. Puis il devient guide et fait visiter le 5^e arrondissement de Paris à de petits groupes passionnés d'œnologie. « Mon parcours passait par un restaurant de vins géorgiens, par le Clos Bernard, le Clos Morillon... Je leur montrais les vitraux du pressoir mystique à Saint-Étienne-du-Mont. Nous goûtions des vins nature au Café de la Nouvelle Mairie... »

Il s'associe ensuite à un ami et ouvre la première cave de vin nature à Hongkong. Tout se passe pour le mieux, mais il ne s'imagina pas en train de porter des bouteilles toute sa vie. Nous sommes en 2008, Anne Le Meur, editrice chez Hachette, lui propose d'écrire un livre sur le café. « Je n'y connaissais rien, je n'aimais pas l'as-

pect monolithique du café, ni sa fin de bouche outrageuse. J'ai refusé, mais elle a insisté et j'ai fini par accepter. À partir de ce moment, j'ai passé ma vie chez les torrificateurs, avec Antoine Pétrus, David Braud et d'autres amis sommeliers. » La période marque aussi le début d'une nouvelle approche du café. Dans ce petit monde, il est alors de plus en plus question d'origines, de terroirs... Certains commencent à porter plus d'attention aux produits du quotidien.

Boisson gastronomique

« Les Scandinaves, fort d'un pouvoir d'achat élevé, s'intéressent alors à la variété des cafés. De mon côté, je suis sollicité par des restaurateurs qui me suggèrent de m'investir dans la production. Quinze jours plus tard, je me retrouve chez Henriette Soper, au Brésil. Sur place, j'achète pour 18000 euros de café et je commence à torréfier. Je connais alors un succès immédiat dans le monde du vin et de la gastronomie. À vrai dire, je n'avais pas de business plan. Le projet initial était de faire du café un produit d'exception. Je n'ai pas changé. Je transpose les visions originales de vigneron comme Selosse ou Dagueneau dans le monde du café. »



Pour Hippolyte Courty, un café d'exception doit « correspondre au goût français. Il doit être bon et gourmand, sans austérité. La gourmandise doit se traduire par de la complexité, une longueur en bouche. » Au fil des ans, le torrificateur a affiné sa charte de qualité : « Le café s'exprime par des acidités différentes, phosphoriques, tartriques, maliques, acétiques. Dans le café, plus on a de complexité d'acides, mieux c'est. »



Pour sa société L'Arbre à Café, Hippolyte Courty travaille avec une quinzaine de producteurs dans le monde et a investi dans une exploitation au Pérou où il cultive notamment la variété d'arabica gesha. SEBASTIEN SINDEU

Sa société L'Arbre à Café se porte bien. Le breuvage, à la fois « boisson sociale, boisson solitaire d'activation » et boisson gastronomique, a de l'avenir. Il travaille avec une quinzaine de producteurs dans le monde, au Kenya, au Brésil, en Inde, à Sao Tomé. « Les cultures sont en bio ou en biodynamie, et nous réalisons des analyses dans les pays où les producteurs ne sont pas certifiés. » En 2019, il achète un terrain de 35 ha à 1900 mètres d'altitude, à l'est de Lima, au Pérou. Pour réaliser ses acquisitions, il trouve un investisseur en la personne de Francesco Illy, issu du monde italien du café, mais qui a vendu ses parts dans l'entreprise familiale. « L'Arbre à Café fournit 500 établissements, annonce-t-il, des chambres d'hôte aux salles d'escalade. » Il travaille avec de nombreux étoilés, des chefs pâtisseries. Pas si facile de valoriser un produit complètement banalisé. « Une autre difficulté réside dans le fait que nous fournissons un solide, mais que le consommateur boit un liquide. » Autrement dit, L'Arbre à Café ne maîtrise pas la façon dont la tasse de café est préparée. Toute une éducation reste à faire. ■