

Très tendance il y a quelques années, le brunch s'impose. C'est bien plus qu'une mode anglo-saxonne

La demande dépasse l'offre

Jasmina Slacanin Ancré dans les mœurs depuis de nombreuses années, le compromis entre «breakfast» et «lunch» séduit une large clientèle. Un succès au goût aigre-doux pour la branche.

Malgré une demande grandissante, les restaurants des principales villes de Suisse romande accueillent encore timidement la «brunch mania». Quelles en sont les raisons?

Au-delà de l'aspect social et convivial qui pimente les journées dominicales (trop) calmes, le coût peu élevé du brunch séduit la clientèle. En effet, des formules entre 20 et 40 francs en moyenne, boissons comprises, attirent les foules. Mais si le client en profite, le restaurateur, lui, se serre la ceinture.

«**Les six premiers** mois, nous travaillions à perte», avoue Caroline Juillerat, tenancière du restaurant Désobéissance à Neuchâtel. Le problème réside principalement dans le faible retour sur investissement et dans le manque de consommation de boissons, de vin tout particulièrement. C'est, en effet, ce dernier qui engendre le plus de recettes dans l'établissement. Si la jeune femme a décidé de proposer des brunchs dans ce restaurant qu'elle gère avec son frère, c'est pour présenter une offre quasi inexistante dans la région. Aujourd'hui, les dimanches affichent complet la plupart du temps et la tenancière ne regrette pas son choix. Les recettes sont comparables aux plats du jour vendus à midi en semaine. Le défi suivant serait de donner envie à la clientèle de boire du vin.

A Lausanne, bien que les restaurants proposant des brunchs soient plus nombreux, ils demeurent insuffisants vu la demande crois-



La clientèle urbaine a fait des brunchs une habitude. Les restaurants qui en proposent restent en proportion peu nombreux.

sante. Le Café des Avenues, qui propose une carte à composer soi-même, compte en moyenne 180 couverts par brunch dominical. Les familles avec enfants représentent 70% de la clientèle. Mais là encore, ce n'est pas le brunch qui nourrit le chiffre d'affaires. «On ne gagne pas plus que sur un service en semaine. Nous vendons certes plus de produits, mais des produits moins chers. En plus, nous devons engager davantage de personnel le dimanche», explique Javier Fernandez, le patron du restaurant. Mais il ne prévoit pas de renoncer au brunch, car c'est un «excellent moyen pour se faire connaître. Et, face à une telle demande, il serait vraiment dommage d'abandonner!»

Même refrain à Fribourg, à l'Auberge des 4 vents. «Si on arrêta, les clients nous harceleraient», sourit Sandra Gessler, une des gérantes du restaurant. Avec une formule à 26 francs, boissons comprises, pas de quoi faire exploser ses recettes. Mais «c'est une bonne pub pour notre établissement», insiste-t-elle.

Rentable ou pas, le brunch n'est pas prêt de disparaître du paysage gastronomique citadin. De nouveaux concepts originaux voient le jour. Des brunchs sur mesure, à thèmes, voient le jour. A Fribourg, par exemple, le Pinguin propose chaque dimanche une programmation culturelle ou didactique différente pour accompagner les buffets. C'est qui crée «une plus value dans un espace de

consommation», comme l'explique Amélie Currat, une des trois fondatrices du projet «brunch etc.» Uniquement sur réservation, la formule attire 85 personnes en moyenne et affiche complet pour les week-ends à venir. Là encore, les produits frais, de saison, du terroir fribourgeois remplissent les estomacs, mais pas les caisses. Ainsi, un brunch est avant tout une envie de faire plaisir, un devoir de satisfaire une large demande gourmande.

In Kürze

Der Brunch ist der Kompromiss zwischen «Breakfast» und «Lunch» und hat in den letzten Jahren eine breite Kundschaft gewonnen. Für die Branche ist der Erfolg dennoch mässig.