

# Les New-Yorkais se piquent de café haut de gamme

Le Monde.fr avec AFP | 06.08.2012 à 09h17 • Mis à jour le 07.08.2012 à 12h53



**A New York, les cafés haut de gamme tenus par des puristes ouvrent à tous les coins de rue et prospèrent malgré la crise, en proposant un produit cher mais de qualité, à mille lieues du "jus de chaussette" souvent servi aux Etats-Unis.**

*"Avant, les New-Yorkais buvaient leur café à la va-vite dans des gobelets en carton. Pendant la crise, ils se sont rendu compte que, pour quelques dollars, on pouvait s'offrir le luxe d'un café vraiment bon", explique [Joe Wiczocek](#), 25 ans, employé au café 1668, un loft aéré meublé de grandes tables communes en bois, bondées à toute heure du jour.*

*"C'est une activité qui résiste à la crise parce qu'on vend un produit de qualité, mais aussi une expérience, un espace agréable qui est un peu l'extension du salon des gens", renchérit [Sam Penix](#), 27 ans, copropriétaire et gérant d'[Everyman Espresso](#), qui vient d'[ouvrir](#) un deuxième café à Manhattan.*

L'enseigne met régulièrement de nouvelles origines de grains à son menu, et le café y est moulu spécialement pour chaque tasse : *"rien n'est prémoulu"*, assure Sam Penix, l'air un tantinet dégoûté par cette idée.

## FORMATION DE "BARISTI" ET SÉANCES DE "CUPPING"

*"A [partir](#) de 2008, beaucoup de torréfacteurs ont commencé à s'[implanter](#) ici", poursuit Joe Wiczocek. Il cite les marques de café artisanales Stumptown, originaire de Portland ; [Blue Bottle](#) Coffee, d'Oakland ; Intelligentsia, de Chicago ; ou encore Counterculture, de Durham.*

Les cafés haut de gamme ont rapidement emboîté le pas, comme les marques Joe the Art of Coffee, [Ninth Street](#) Espresso, Grumpy ("grincheux"), [Laughing Man](#) ("l'homme qui rit"), ou encore Konditori, qui vend du café... suédois.

Outre qu'ils s'approvisionnent en café bio, dont les origines sont tracées avec attention dans le monde entier, les torréfacteurs forment des apprentis "baristi".

Chaque vendredi, Counterculture organise ainsi des séances collectives de "cupping" : chaque participant se penche au ras de sa tasse en inspirant après [avoir](#) frappé la surface de son café de sa petite cuillère pour en dégager l'arôme. Puis il le goûte, commentant ses sensations comme pour une dégustation de vin.

*"Les acheteurs de café ont toujours fait ça pour évaluer les produits",* explique Sam Penix, lunettes rectangulaires, cheveux ras et les bras couverts de tatouages multicolores.

L'équipe d'Everyman Espresso organise aussi régulièrement des séances de "cupping", invitant les clients à se [joindre](#) à eux : *"ça me rappelle des baies"* dit l'un, *"du caramel"*, dit l'autre. On est à mille lieues des chaînes mondialisées comme [Starbucks Coffee](#), qui se sont éloignées du petit noir avec leurs "Latte à la citrouille" et autres "Frappaccinos au chocolat blanc et à la chantilly".

## **APPRENDRE À [FAIRE](#) LA DIFFÉRENCE ENTRE UN LATTE ET UN EXPRESSO**

*"Ils ont appris aux Américains la différence entre un latte et un espresso, et ce n'est pas rien, mais les New-Yorkais commencent à apprécier le café sur mesure",* répond Joe Wiecezek lorsqu'on lui demande ce qui peut [pousser](#) les gens à déboursier 5 dollars en temps de crise pour un café alors qu'ils pourraient en [boire](#) un pour un à deux dollars de moins dans une chaîne ou pour presque rien chez eux. *"C'est un vice, ça rend accro",* assure Sam.

Financièrement, l'opération est rentable. *"Les marges sont très élevées. Pour un café glacé, c'est de l'ordre de 100 %. Mais il faut [ajouter](#) les loyers, les salaires, etc.",* détaille Joe. La marge moyenne de ces [entreprises](#) se situe entre 10 et 15 %, note un autre "barista". *"Nos prix sont encore trop bas pour ce qu'on offre. Est-ce qu'un restaurant trois étoiles compare ses prix à ceux d'un fast-food ?"* interroge Sam.

Si Starbucks est loin d'[avoir](#) mis la clé sous la porte, avec des ventes en hausse de 13 % au dernier trimestre, à 3,3 milliards de dollars, Sam est sûr que l'engouement pour les cafés haut de gamme indépendants va s'étendre en Amérique et dans le monde, car *"toute la communauté garde le contact sur [Twitter](#)".*