



COFFEE SHOP EN FRANCE

Nous étudierons dans ce texte le développement du concept de coffee shop. Lisez le texte et répondez aux questions.

Niveau : B2

◆ TEXTE :

En quelques années, les *coffee shops* ont connu un développement fulgurant. Pas une semaine ne passe sans qu'un de ces cafés ne s'ouvre quelque part dans une grande agglomération du monde.

La France, l'autre pays du p'tit crème, n'y fait pas exception. Dès le début des années 2000, de grandes marques ont misé sur l'énorme potentiel de développement de la France. En seulement quelques années, les rues de la capitale comme celles des grandes villes de province ont vu l'arrivée d'enseignes internationales telles l'italien Illy, l'anglais Costa Coffee, le Belge Léonidas et bien sûr le géant américain Starbucks. Pour ce dernier, rien qu'à Paris, on compte une soixantaine de Starbucks. Et la chaîne est aussi présente dans de nombreuses villes de province comme à Lyon, Marseille, Lille, Toulouse, Nantes, Bordeaux, Strasbourg, Nancy, Metz, Nice, Angers, etc. au grand dam des altermondialistes qui voient dans la marque un symbole de plus de la mondialisation et de l'uniformisation des cultures.

Comment expliquer un tel engouement pour les coffee shops ?

Revenons un peu dans le temps pour bien comprendre la situation. Avec l'avènement de la télévision et des jeux vidéo dans les années 80 et 90 puis les nouvelles cafetières à expresso dans les années 2000, les troquets connaissaient déjà un fort déclin, notamment dans les petites villes. Considérés souvent comme ringards, vieillots, avec toujours cette odeur de tabac si dissuasive pour les non-fumeurs, les troquets étaient parfois associés à une image fort négative. Pour survivre, nombre d'entre eux proposaient des services complémentaires comme la vente de billets de loterie, de tabac, de presse... L'interdiction de fumer dans ces lieux durant les années 2000 a probablement été le déclencheur d'alternatives sans alcool ni tabac adaptées aux nouveaux besoins des consommateurs, inimaginables dans les années 80-90.

C'était précisément ce qu'offrent Starbucks et consorts : un endroit agréable où on consomme une boisson chaude ou froide (non alcoolisée) accompagnée ou non d'un petit quelque chose à grignoter. Rien de nouveau ? Et pourtant le succès fut immédiat ! Les Parisiens ont immédiatement adopté ce nouveau concept offrant un accès Internet gratuit, des fauteuils confortables, des espaces qui correspondent à la fois aux besoins des gens

<https://www.podcastfrancaisfacile.com/texte/coffee-shop-en-france.html>



en ville ; souvent désireux de travailler seuls sur leur ordinateur portable dans un endroit agréable, sans crainte de se sentir épiés par les habitués accoudés au comptoir. Les millions de touristes du monde entier qui visitent la capitale française ont eux aussi contribué à leur essor, sensibles à ce type de service, et bien soulagés d'accéder à un lieu dans lequel ils avaient leurs habitudes avant même d'y entrer.

Alors terminées les discussions au comptoir ?

Doit-on pour autant sonner la fin du troquet à la française avec ses éternels oeufs dur, ses croissants, ses cacahuètes au comptoir et prédire un avenir à l'américaine orné de devantures si nombreuses qu'il arrive de les rencontrer de part et d'autre d'une même rue ?

Pour survivre à cette tendance, certains ont très vite investi pour offrir un cadre plus moderne avec wifi et tout ce que n'offrent pas les grandes chaînes de café : l'originalité, l'intimité, un complément d'âme, une touche personnelle et la possibilité d'évoluer librement autour de thèmes variés s'inspirant des *coffee shops* pour leur donner une touche française. À Paris, on ne compte plus ce nouveau type de café dont les plus en vue sont aujourd'hui Cravan (rue Jean de la Fontaine) Pico (situé près du Louvre), La Fontaine de Belleville, Ten Belles ou encore l'Atelier Augier...

Les géants comme Starbuck devront désormais compter face à une adversité, certes désorganisée, mais inventive et réactive qui bénéficiera de l'étiquette au combien tendance qu'est l'indépendance. Certains mettent déjà en avant leur comportement éco responsable, quand d'autres vantent la qualité de leurs produits issus du commerce équitable par souci éthique, et aussi afin de se démarquer et concurrencer à leur tour les leaders du marché.

◆ QUESTIONS :

1. Comment explique-t-on le déclin des cafés à la française ?
2. Quelles sont les différences entre un coffee shop et un troquet ?
3. Comment ont réagi les troquets traditionnels ?
4. Quels sont les lieux les plus en vue en matière de café à Paris ?

◆ ALLEZ PLUS LOIN :

Quelle est la situation dans votre pays ? Développez votre réponse.

