

CHALLENGES

Par [Adrien Schwyter](#) le [01.08.2018 à 12h31](#), mis à jour le 01.08.2018 à 13h36

Le Poke Bowl, ce plat hawaïen qui va remplacer les sushis

Ces dés de poissons crus combinés à des légumes et du riz cartonnent partout dans le monde. Venu d'Hawaï, ce plat commence à faire sérieusement de l'ombre aux hamburgers et aux sushis.

Apprenez bien ce mot: poke bowl. Vous l'avez sûrement déjà vu inscrit sur une carte de restaurant ou bien dans le nom même de l'enseigne. Vous pourrez désormais briller en société en expliquant doctement que, oui vous savez que poke (prononcez poh-kay) veut dire dans la langue native des hawaïens "dés haché en morceaux". Car vous n'avez pas fini de voir, entendre parler ou manger ces poke bowl. Et n'ajoutez pas un accent à poke. C'est considéré par les aficionados comme un crime de lèse-majesté.

Ce plat a conquis la côte ouest des États-Unis en 2014 avant de prendre pied dans toutes les mégapoles de l'Oncle Sam. Et il débarque désormais en force à Londres et à Paris. La recette de base est très simple et s'offre à toutes les variantes imaginables: une base de riz, des légumes crus (avocat, mangue, etc) et des dés de poissons pour couronner le tout, marinés à l'huile de sésame et la sauce soja accompagnés d'algues et de noix.

"Manger plus simple, locavore et moins de viande"

"A l'origine, ce plat centenaire avait des vertus spirituelles et était consommé lors des périodes de fête. Il était réalisé avec des poissons de récifs explique Lene Knudsen, auteure de *Poke Bowl* chez Marabout. Mais avec l'intensification de la pêche et l'amélioration des méthodes, la recette au thon rouge s'est imposée à Hawaï".

En deux ans, une douzaine de restaurants spécialisés dans la vente de poke bowls ont ouvert rien qu'à Paris. Dice Poké Shapers fait partie de ceux-là. Son cofondateur, Félix Bollaert, va en ouvrir un deuxième sous peu. Il a senti venir la vague "dans les villes développées des consommateurs qui ont une volonté de manger plus simple, locavore ainsi que moins de viande."

"Best seller"

Foodchéri, start-up spécialisée dans la livraison de repas, a vu le phénomène exploser. "Nous l'avons mis à notre carte il y a deux ans car cela correspond à l'ADN de ce que l'on fait: sain, joli, équilibré et un peu fusion, développe Julia Chican Vernin, directrice opérationnelle de Foodchéri. C'est devenu tout de suite un de nos best-sellers. Il est encore dans notre top 5 du mois dernier alors que normalement les gens se lassent rapidement." Et le côté photogénique du plat traditionnel hawaïen

constitue l'une des clés de son succès. "La seule façon de vendre le plat chez nous passe par les photos, reconnaît Julia Chican Vernin. Ce plat est parfait pour Instagram, il est très lisible car avec le bowl on peut voir tous les ingrédients séparés, sains et colorés. C'est le combo gagnant".

"Les poke bowls présentent deux avantages principaux, explique Bernard Boutboul, directeur général de Gira conseil. Leur contenant que les Français adorent, le bol, et leurs ingrédients mi-cuits, mi-crus avec une dimension très *healthy* qui correspond à l'air du temps. Les consommateurs font en effet plus attention à ce qu'ils mangent." Héritier des buddha bowl, burrito bowl ou smoothie bowl, ce plat hawaïen coche toutes les cases de la nourriture tendance en réussissant le tour de force de ne pas avoir de gluten ni de produit laitier.

Glam-instagrammable"

Saupoudré "du côté *glam-instagrammable*, facile à préparer et rapide", pour Pascale Brousse fondatrice du cabinet Trend Sourcing, le concept ne peut que fonctionner à l'ère du foodporn globalisé. Sans oublier pour Anne-Claire Paré, directrice du cabinet Bento, "l'enracinement dans une vraie tradition culinaire hawaïenne avec toute l'authenticité et l'évasion que cette histoire véhicule. D'autant que cela devient un produit capsule déclinable en végétarien ou avec des produits plus riches pour l'hiver".

A terme, les experts du secteur voient la vague hawaïenne emporter les sushis et makis sur son passage. "Le sushi n'a pas réussi à devenir un produit de masse, note Bernard Boutboul. Il se vend 1 sushi pour 30 pizzas actuellement. Le poke bowl peut dépasser le sushi car il est plus large en ne proposant pas qu'un mono produit. Et beaucoup de restaurants en France ont intégré le burger et la pizza à leur carte mais jamais de sushis. Or on voit les restaurants traditionnels introduire peu à peu les poke bowls." Pascale Brousse enfonce le clou: "la vague des sushis a 20 ans et semble à bout de souffle. Le poke bowl va les remplacer peu à peu avec ce storytelling d'exotisme et de rêve qu'ont perdu les plats japonais".

Comfort food et confortables marges

Autre ingrédient sine qua non du succès d'un nouveau concept food: les marges des restaurateurs sont juteuses en matière de poke bowl. Le fondateur de Gira conseil estime que les poke bowls génèrent une marge "entre 20 et 25% du coût matière, devant les fast-food (20%) mais derrière les pizzas et les crêpes".

A l'avenir, le marché français risque de ressembler à celui des États-Unis: de multiples chaînes de restaurants spécialisés dans les poke bowls avec les dérives qu'entraîne une mode devenue produit de masse. "On en trouve même dans les stations services ou les supermarchés, se désole Lene Knudsen. C'est devenu la *comfort food* par excellence. D'ailleurs, ils mettent désormais du poisson fumé à l'intérieur afin d'accroître la durée de conservation. Des kits sont même vendus sous-vide pour pouvoir se faire des instant-poke." Avant de lâcher mélancolique: "Je suis persuadée que Monoprix va s'en emparer pour remplacer les sandwiches alors qu'à Hawaï, ce plat n'a rien de photogénique. On l'achète souvent au poids dans des épiceries."

https://www.challenges.fr/lifestyle/gastronomie/apres-les-hamburgers-et-les-sushis-pourquoi-la-vague-du-poke-bowl-cartonne-en-france_604731