



Par Périco Légasse



KING MARCEL

LE BURGER QUI FAIT COCORICO

Il fallait s'y attendre. Lassés de subir la domination du fast-food à l'américaine, des Français ont décidé de proposer une formule performante de hamburger à la française. Car ce n'est pas ce type de sandwich, en lui-même, qui est en cause, mais la composition de ceux que débitent par milliards de grandes enseignes mondialisées, dont la consommation répétée provoque les grandes maladies, pour certaines mortelles, de notre civilisation, en plus d'une aliénation sensorielle de l'individu par addiction au sucre. Si nous sommes loin de la spécialité importée vers le Nouveau Monde au XIX^e siècle par des pionniers originaires de Hambourg, la tranche de viande nappée de sauce, garnie de crudités et posée entre deux tranches de pain n'en reste pas moins un mets tout à fait respectable s'il est élaboré à base de produits sains. Ainsi diverses expériences de burgers tricolores ont-elles vu le jour depuis quelques années avec plus ou moins de succès, dans la mesure où une démarche qualité est difficilement compatible avec l'impératif principal du fast-food, à savoir le prix le plus bas (moins de 10 €), tel que le pratiquent des firmes comme McDo, Burger King, Quick ou KFC. Née de la rencontre de deux entrepreneurs, Christophe San Miguel, directeur marketing, et Jean-Christophe Cons Auchatraire, restaurateur à Lyon, lassés de voir la malbouffe rapide envahir le marché, la chaîne King Marcel s'installe peu à peu, mais sûrement, dans le paysage du burger à visage humain. Lancée dans la région lyonnaise,

puis à Marseille, l'aventure a gagné Paris avec l'ouverture en avril 2016 d'un King Marcel rue Montmartre. Nous nous y sommes simplement régalez pour 7,50 € d'un « marcel du marché », élaboré sur place avec un steak haché issu d'une race limousine agrémenté de crudités de saison et d'une sauce maison, servi entre deux tranches de pain frais fondant cuit par le boulanger du restaurant. La gamme de sandwiches se décline sur des intitulés bien de chez nous avec le « marcel Pagnol » (escalope de poulet, chèvre frais, pesto vert, tomates fraîches, basilic et poivrons rouges marinés), le « marcel Cerdan » (viande limousine, raclette, oignons frits, poitrine grillée, cornichon et ketchup maison) ou le « marcel Michelin » (viande limousine, saint-nectaire, lard paysan, crème de moutarde maison et ciboulette). Les frites sont fraîches et préparées sur place et la cuvée du patron à 18 € est top.

Nous ne ferons pas ici l'apologie de ce genre de restauration, mais force est de constater que la prestation est tout à fait correcte dans un excellent rapport qualité-prix et assurée avec le sourire par une équipe sympathique. Un fast-food compatible avec nos valeurs qui permet de s'émanciper de l'impérialisme destructeur du burger à Big Brother. ■

King Marcel : à Paris, 166, rue Montmartre, Paris 11^e, tél. : 01 42 36 42 85 ; à Lyon, 31, rue Mercière, Lyon 1^{er} et 26, bd Jules-Favre, Lyon VI^e ; à Marseille, 2, quai d'Arenc, Marseille 11^e.

Formules à 12,50 € et 15,50 €. Sur place, à emporter ou en livraison.