

# Créons l'observatoire de la gastronomie pour défendre l'identité européenne

## Francis Chevrier

Directeur de l'Institut européen d'histoire et des cultures de l'alimentation, université de Tours

**A** l'heure où s'installe un nouveau Parlement européen, il convient d'attirer l'attention de tous ceux qui s'intéressent à la culture sur une résolution remarquable votée par l'assemblée sortante le 12 mars et passée relativement inaperçue.

Pourtant, il s'agit d'un texte en tous points admirable. Il donne tout d'abord une définition de la gastronomie. Elle y est présentée comme « l'ensemble des connaissances, des expériences, ainsi que des formes d'art et d'artisanat qui permettent de manger de manière saine et avec plaisir... elle fait partie de notre identité et est un élément essentiel du patrimoine culturel européen ainsi que du patrimoine culturel des Etats membres ».

Une définition aussi positive prend le soin de s'éloigner de l'image d'une culture élitiste souvent mise en avant par les ignorants et qui de rejeter la confusion avec la glotonnerie si prisée des puritains. Pour le Parlement, la gastronomie est une culture populaire à la portée de tous ceux

qui veulent bien s'en donner la peine. Ce texte, voté à une écrasante majorité (530 voix pour), déclare ensuite que « la gastronomie est l'une des manifestations culturelles les plus importantes de l'être humain », au même titre que la musique, la danse ou la peinture. C'est une évidence pour tous ceux qui mesurent les subtilités de cet art éphémère et le talent qu'il requiert pour atteindre le sublime, procurer le plaisir des sens et permettre le bien-être.

Rien de nouveau, puisque la gastronomie était déjà considérée à l'égal de la poésie et de la musique à la cour des raffinés califes de Bagdad. Pourtant, l'Occident en a fait un péché en l'assimilant à la gourmandise, ce qui explique peut-être qu'elle ne trouva jamais grâce auprès des édiles en charge de la culture. En France, seul Jack Lang lança une vraie politique culturelle sur ce thème et ses successeurs se sont empressés de refermer la porte ainsi entrouverte, estimant que seul le spectacle vivant méritait attention et soutiens.

Quelle leçon leur donne ici le Parlement européen. Car ouvrir plus largement le champ du culturel comme le fait l'Unesco en inscrivant des éléments gastronomiques sur la liste du Patrimoine de l'humanité ou comme le fait l'Union européenne (UE) avec cette résolution, c'est ouvrir l'accès de la culture au plus grand nombre. Encore faut-il le vouloir. Mais le veut-on

vraiment, lors de ces séminaires où l'intelligentsia, de Festival d'Avignon en Festival d'Avignon, disserte à l'infini sur la démocratisation de la culture ?

Après avoir placé la gastronomie si haut dans le panthéon culturel, le Parlement européen rappelle qu'elle « est un outil permettant de stimuler la croissance et l'emploi dans de nombreux secteurs économiques » et qu'elle « est un produit culturel de l'Union européenne qui s'exporte bien ».

**L'Europe dispose d'un patrimoine sans équivalent. Ni les Etats-Unis, ni l'Afrique, ni même la Chine ne peuvent rivaliser**

C'est pourquoi les députés préconisent une série de mesures destinées à faire en sorte qu'un tel atout soit mieux traité. Dans le registre de l'éducation, le Parlement signale « qu'il est nécessaire d'enrichir les programmes scolaires avec des informations sur la culture gastronomique » et d'y intégrer « des ateliers axés sur le développement des sens, notamment du goût, combinant bienfaits nutritionnels des aliments et patrimoine gastronomique

régional et national », il indique que « l'école est un lieu idéal pour faire découvrir aux élèves la diversité des produits et des gastronomies ».

En ce qui concerne la culture, le Parlement « souligne qu'il est nécessaire de sensibiliser la population à la variété et à la qualité des régions, des conditions topographiques et des produits à la base de la gastronomie européenne, qui font partie intégrante de notre patrimoine culturel qui constitue également un style de vie unique reconnu à l'échelon international », il « invite les Etats membres et la Commission à développer les aspects culturels de la gastronomie et à promouvoir des habitudes alimentaires orientées vers la préservation de la santé... mais également du plaisir de manger, de la convivialité et de la sociabilité » et « demande aux Etats membres d'appuyer les initiatives visant à préserver la qualité, la diversité, l'hétérogénéité et la singularité des produits artisanaux présents à l'échelle locale, régionale et nationale, afin de lutter contre l'homogénéisation qui, à long terme, conduirait à l'appauvrissement du patrimoine gastronomique européen ».

Enfin, les députés « demandent aux Etats membres d'adopter des mesures de préservation du patrimoine européen lié à la gastronomie, telles que des mesures de protection du patrimoine architectural des marchés traditionnels de produits alimentaires, des caves viticoles ou d'autres éta-

blissements, ainsi que des ustensiles et des machines liés à l'alimentation et à la gastronomie » et « insistent sur l'importance de recenser, de répertorier, de transmettre et de diffuser la richesse culturelle de la gastronomie européenne ; encouragent la mise en place d'un observatoire européen de la gastronomie ».

Cette résolution montre la voie à suivre. Fédérons les énergies pour créer cet observatoire européen de la gastronomie que le Parlement appelle de ses vœux. Recensons les initiatives intéressantes aux quatre coins de l'Europe afin de les promouvoir. Les gastronomies européennes sont une richesse pour les générations futures, elles font appel à des savoir-faire et à des liens hommes-terroirs non délocalisables. L'Europe dispose d'un patrimoine sans équivalent. Ni les Etats-Unis, ni l'Afrique, ni même la Chine ne peuvent rivaliser avec la diversité et la qualité de nos produits alimentaires. Unissons nos forces afin de faire fructifier cet héritage car c'est une belle raison d'être fier d'être Européen et une belle mission pour le nouveau Parlement qui s'installe. ■

Francis Chevrier est l'artisan de l'inscription du « Repas gastronomique des Français » sur la liste du Patrimoine culturel immatériel de l'humanité en 2010

## La cuisine française perd de son influence Jouer davantage le jeu de la mondialisation

### Nicolas Chatenier

Consultant en communication culinaire, auteur de « Mémoires de chefs » aux Editions Textuel

**N**otre monde change plus vite que la cuisine française. A l'heure où Laurent Fabius réaffirme l'importance de la gastronomie dans l'attractivité touristique nationale [Le Monde du 20 juin], il est essentiel de souligner le peu de visibilité et d'influence de notre cuisine sur le plan mondial. Le classement des 50 meilleurs restaurants du monde, publié chaque année par le mensuel anglais *Restaurant*, est là pour nous le rap-

peeler. En consacrant en avril le restaurant Noma du chef danois René Redzepi, ce classement à l'audience planétaire confirme la suprématie nordique sur la cuisine. Cette année, seulement 5 restaurants français figurent parmi les 50 et surtout aucun n'est présent dans les 10 premiers. Quel que soit le jugement porté sur le sérieux de cet exercice, par essence subjectif, il invite à une nécessaire analyse de la place réelle de la cuisine française à l'étranger.

La domination française était pourtant sans appel jusqu'au début des années 2000. Dans les années 1970, une équipe de 10 chefs rangés derrière Paul Bocuse, leader charismatique, occupe tous les espaces médiatiques mondiaux et installe de New York à Tokyo des restaurants qui représentent la France. Par la suite, dans les années 1990, des talents comme Alain Ducasse, Michel Bras, Alain Passard, Joël Robuchon, Pierre Gagnaire démontrent la richesse de notre cuisine, sa versatilité, son esprit d'innovation. Tel un kaléidoscope, la cuisine française réussit à présenter tour à tour les notes méditerranéennes d'un Jacques Maximin, les saveurs marines et épicées d'un Olivier Roellinger ou le goût des herbes de montagne de Marc Veyrat.

Pour autant, son extraordinaire richesse ne la protège pas de l'offensive de Ferran Adrià. Au début des années 2000, l'intelligence créative et marketing du chef catalan fait merveille. Le succès de sa gastronomie moléculaire porte un premier coup d'arrêt à l'hégémonie française. Ses plats, des spaghetti de parmesan, un caviar de melon, font voir la cuisine sous un jour nouveau. Grâce à son succès, il emmène avec lui la cuisine espagnole dans son ensemble, portée par un contexte économique favorable, et par un effort collectif national qui associe médias et pouvoirs publics.

A la fin des années 2000, l'émergence de la cuisine nordique imaginée par René Redzepi à Copenhague vient, une seconde fois, chahuter notre leadership. Le chef, au look d'adolescent, propose un concentré de nature dans un lieu brut et simple, puisant uniquement dans les produits du terroir danois. Sa cuisine, qui défend un développement durable, correspond à l'époque.

Devant les grandes avancées de ces cuisines séduisantes, la France culinaire a posé pendant longtemps un regard amusé. Depuis quinze ans, elle n'a

pas réussi à épouser les évolutions en marche. Les méthodes publicitaires qui avaient si bien réussi à Paul Bocuse n'ont plus cours.

Deux évolutions en particulier méritent d'être relevées. D'abord, l'omniprésence des médias et l'ère Internet placent l'aspect visuel au premier plan. Les photos de plats circulent sur les réseaux sociaux et le beau devance désormais le bon. L'influence d'un Adria ou d'un Redzepi ne se mesure plus uniquement au nombre limité de clients qui goûtent leur cuisine chaque année mais à l'impact des images de leurs créations diffusées sur Internet. Ensuite, la mondialisation offre désormais à chaque identité culinaire nationale une audience planétaire. Par exemple, le Pérou et le Brésil ont notamment bien compris le parti qu'ils pouvaient tirer de leurs cuisines.

Afin de mener à bien cette reconquête, le terrain de jeu doit être celui de la communication, du marketing et de l'international. La cuisine française doit réussir à se projeter vers l'étranger. Elle ne peut plus attendre que l'on vienne à elle, son influence se joue dans les festivals et les congrès culinaires à travers le monde, chez les éditeurs de livres de cuisine en langue anglaise, ou auprès de la presse internationa-

**L'omniprésence des médias et l'ère Internet placent l'aspect visuel au premier plan. Les photos de plats circulent sur les réseaux sociaux et le beau devance désormais le bon**

le. Pour accroître sa visibilité, elle doit appliquer les recettes d'une stratégie de communication moderne. Choisir dans son extrême richesse les messages marquants qu'elle veut diffuser est une nécessité. Il lui faut choisir des chefs qui maîtrisent l'anglais et qui pourront devenir des porte-parole de notre style culinaire. L'innovation a pris le pas sur la tradition. Enfin, elle doit savoir proposer un récit plus clair, plus visuel et moins technique.

Pour réussir ce pari, la cuisine française peut s'inspirer d'initiatives efficaces menées par d'autres secteurs culturels mieux insérés dans la mondialisation. Depuis 1949, Unifrance Films promeut avec efficacité une approche française du cinéma à l'étranger. Plus récemment, Fleur Pellerin, alors ministre déléguée à l'économie numérique, procédant d'une démarche similaire, a lancé la marque La French Tech pour rendre visible à l'international notre savoir-faire numérique. Le temps est venu de créer un tel organisme de promotion de la cuisine française à l'étranger. Cette initiative doit associer chefs, hommes de communication et acteurs de la filière alimentaire française. Seul un effort de ce type, concerté, collectif, recevant l'appui moral à défaut de financier des pouvoirs publics, peut permettre à la cuisine française de faire valoir ses nombreux atouts et retrouver la place qui est la sienne. Le sujet s'inscrit dans le droit-fil des enjeux de diplomatie économique défendus par Laurent Fabius et Fleur Pellerin. Paul Bocuse porte fièrement le coq gaulois tatoué à son bras gauche, faisons comme lui et engageons le combat avec modernité et ouverture sur le monde. ■

## Les grands chefs étrangers sont tous formés en France

### Alain Ducasse Joël Robuchon

Coprésidents du Collège culinaire de France

**L**a gastronomie occupe une place grandissante au sein de nos sociétés. Depuis plusieurs décennies, patiemment et en profondeur, la gastronomie française a étendu son influence au monde entier. Elle s'est imposée comme référence à travers ses valeurs et son savoir-faire. Et, dans le même temps, elle est devenue une source d'ouverture qui favorise, dans les différentes cultures, la diversité des expressions et des innovations dont elle se nourrit en retour. Dans un monde multipolaire, l'enjeu n'est plus d'affirmer un pouvoir et un leadership, l'enjeu est de mesurer son influence et sa capacité à partager.

La gastronomie française est considérée comme la première école de cuisine au monde. Les grands chefs étrangers sont pratiquement tous formés en France. Trois caractéristiques sont devenues des références universelles pour tous les chefs de la planète. Le premier est l'organisation du travail. Auguste Escoffier, il y a plus d'un siècle, a structuré les bases du métier tel que tous les grands cuisiniers le pratiquent aujourd'hui en inventant notamment la notion de brigade. Le deuxième est d'ordre technique. Elle dispose de la palette la plus large des modes de cuisson - grillé, sauté, rôti, poêlé, mijoté, à l'étouffée, poché... - là où les autres traditions culinaires n'utilisent qu'un petit nombre de techniques. Elle a inventé une gamme unique et très élaborée de sauces, bouillons, jus, fumets, marinades et émulsions. Cette expertise culinaire possède une qualité essentielle : l'adaptabilité à tous les produits et à toutes les cultures culinaires du monde. Le troisième référent repose sur sa gamme très étendue de produits, de saveurs et de textures avec laquelle seule la cuisine asiatique pourrait prétendre rivaliser.

Son influence s'est construite à travers une longue pratique de l'ouverture sur le monde. Les chefs français reconnus à l'étranger se distinguent par la diversité de leurs sensibilités. Notre gastronomie est la seule à former autant de chefs à travers le monde. De plus, elle s'enrichit aujourd'hui de ces cuisiniers étrangers qui viennent de plus en plus nombreux s'installer en France. Ils passent au prisme de leur interprétation les produits et le savoir-faire culinaire français. Dans ce

contexte d'échanges intenses, la notion de cuisine « nationale » perd de sa pertinence. On ne compte plus les chefs français qui exercent leurs talents dans le monde. Et non moins nombreux sont les chefs étrangers qui pratiquent brillamment la cuisine française ou sont influencés par elle sur tous les continents. Au Japon, par exemple, le nombre de cuisiniers qui s'y référent est impressionnant.

La majorité des jeunes que nous formons font un parcours international pendant leur formation. De nouveaux talents de jeunes chefs passionnés émergent sans cesse et apportent des regards innovants. Durant la dernière décennie, la vitalité de la nouvelle génération de chefs français a développé une offre de restauration de qualité créative et accessible.

#### Coopération

La position singulière et les atouts de la gastronomie française lui confèrent une responsabilité majeure. L'ambition du Collège culinaire de France, que nous avons créé en 2010 avec plusieurs grands chefs français, est d'unir les forces et les énergies des hommes et des femmes de métier pour promouvoir collectivement une cuisine saine, équilibrée et diversifiée, qui donne une place centrale aux produits de qualité issus d'une culture ou d'un élevage raisonnés.

La restauration de qualité n'existe pas seulement dans les cuisines de chefs étoilés. Sa pérennité, son rang et son avenir se construisent et se gagnent, chaque jour, dans chaque région, dans chaque ville et village, dans chaque cuisine de qualité. Le Collège culinaire de France a lancé en 2013 le mouvement militant des Restaurants de qualité qui fédère tous ceux qui s'engagent sur les valeurs et les pratiques du métier d'artisan restaurateur.

Les grands principes de l'art culinaire, dont la cuisine française constitue les racines profondes, sont éternels et universels. Les effets de mode sont le plus souvent des feux de paille qui épuisent et disqualifient très vite ceux qui s'y laissent prendre. Chaque cuisinier possède son territoire d'expression mental et émotionnel spécifique, différent des autres. Savoir quel est le meilleur ne repose sur aucune légitimité et n'a plus de sens dans un contexte où la diversité devient la principale richesse à mettre en valeur.

Nous devons prendre garde à ne pas soumettre les talents au marketing. Nous sommes en train de passer d'un monde de compétition à un monde de coopération, de conjugaison, de diversité et d'ouverture. La gastronomie française, par son influence grandissante à travers le monde, possède les valeurs et atouts pour en devenir la pointe avancée. ■

La revue britannique « Restaurant » a dévoilé en avril son classement 2014 des cinquante meilleures tables de la planète. Cinq tables françaises figurent au classement. Neuf cents experts internationaux, chefs ou critiques gastronomiques, prennent part au vote pour réaliser ce palmarès