

**SESSION 2025**

---

**CONCOURS EXTERNE  
DE BIBLIOTHÉCAIRES**

**NOTE DE SYNTHÈSE  
ÉTABLIE À PARTIR D'UN DOSSIER  
COMPORTANT DES DOCUMENTS EN LANGUE FRANÇAISE**

Durée : 4 heures

---

*L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout matériel électronique (y compris la calculatrice) est rigoureusement interdit.*

**Votre note ne devra pas excéder 4 pages maximum.**

*Il appartient au candidat de vérifier qu'il a reçu un sujet complet et correspondant à l'épreuve à laquelle il se présente.*

*Si vous repérez ce qui vous semble être une erreur d'énoncé, vous devez le signaler très lisiblement sur votre copie, en proposer la correction et poursuivre l'épreuve en conséquence. De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, vous devez la (ou les) mentionner explicitement.*

**NB : Conformément au principe d'anonymat, votre copie ne doit comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé consiste notamment en la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de la signer ou de l'identifier. Le fait de rendre une copie blanche est éliminatoire.**

**Tournez la page S.V.P.**

A

## Bordereau des textes

Rédiger une note de synthèse de 4 pages maximum à partir du dossier joint comportant des documents en langue française

Dossier : Ce que manger veut dire : les enjeux de la gastronomie

### Composition du dossier :

Texte 1 : Sébastien Lapaque, « Homo festivus passe à table », Le Monde Diplomatique, 1er janvier 2011. (2 pages)

Texte 2 : Léo Bourdin, « Aux Etats-Unis, une soupe au goût d'appropriation culturelle », Le Monde, 13 décembre 2020. (1 page)

Texte 3 : Louise Monjo et Olivia Luce, « La gastronomie et l'alimentation, la guerre des papilles », 22 avril 2022, <https://www.portail-ie.fr/univers/influence-lobbying-et-guerre-de-l-information/2022/la-gastronomie-et-l'alimentation-la-guerre-des-papilles/> (4 pages)

Texte 4 : Gustave Flaubert, *Madame Bovary*, première partie, chapitre IV, 1857. (1 page)

Texte 5 : Julia Csergo, « Patrimoine culturel immatériel et mondialisation. Le « repas gastronomique des Français » est-il soluble dans l'économie de la diversité culturelle ? ». *Faire l'histoire culturelle de la mondialisation*, sous la direction de François Chaubet, Presses universitaires de Paris Nanterre, 2018. P 217-244 (extraits). (6 pages)

Texte 6 : Guillaume Pitron, « La diplomatie américaine est soluble dans le soda », *Manière de voir*, 7 juillet 2015. (3 pages)

Texte 7 : Ministère de l'économie, de l'industrie et des finances, « Dossier de presse : Stratégie nationale : faire rayonner la haute gastronomie française », 12 avril 2024, en ligne. (3 pages)

Texte 8 : Illustration extraite de : Isabelle do O'Gomes et Mehdi Benyezzar, « Les limites de notre alimentation industrialisée », *La Recherche* n°579, octobre - décembre 2024. (1 page)

Texte 9 : Anne Chemin, « Le métissage déchaîne la gastronomie », *Le Monde*, 26 juillet 2019. (4 pages)

Texte 10 : Eliane Patriarca, « Manger est un acte agricole, produire est un acte gastronomique », *Libération*, 13 janvier 2007. (2 pages)

Texte 11 : Marion Tayart de Borms « A la table de l'Élysée », *Chroniques de la BNF* n°101, 2024. (1 page)

Nombre total de pages : 28 pages

## INFORMATION AUX CANDIDATS

Vous trouverez ci-après les codes nécessaires vous permettant de compléter les rubriques figurant en en-tête de votre copie.

Ces codes doivent être reportés sur chacune des copies que vous remettrez.

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
FBE	R0000	101	0468



**Sébastien Lapaque, « Homo festivus passe à table », Le Monde Diplomatique, 1er janvier 2011.**

Le repas gastronomique des Français est désormais inscrit sur la liste du patrimoine culturel immatériel de l'humanité. Cette distinction attendue fut rendue publique mardi 16 novembre 2010 à Nairobi, à l'occasion de la cinquième session du Comité intergouvernemental de l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco), établi en 2003 pour oeuvrer à la sauvegarde des traditions et expressions culturelles « *héritées de nos ancêtres et transmises à nos descendants* ». A Paris, les ministères de la culture et de l'agriculture se sont félicités de cette inscription, assurant qu'ils travaillaient conjointement à « *valoriser les produits alimentaires et les savoir-faire culinaires, encourager le tourisme gastronomique sur nos territoires et développer la promotion du patrimoine alimentaire français à l'international* ». On imagine le texte drôle et féroce que cette annonce aurait inspiré à Philippe Muray : « *Homo festivus passe à table.* »

Alors qu'un rythme de vie effréné laisse de moins en moins de temps aux individus pour déjeuner, que la mode est au *street food*, que des managers dopés aux compléments alimentaires se vantent de ne plus perdre leur temps à table, que 30 % des enfants se plaignent de la nourriture servie dans les cantines scolaires, que nos assiettes empoisonnées par les pesticides, les additifs et les plastiques sont l'objet de soupçons et que trois millions de personnes victimes de malnutrition vivent aujourd'hui en France de l'aide alimentaire, la muséification du repas gastronomique des Français a quelque chose de grotesque, voire d'indécent. Et l'on oublie là-dedans tout ce qui renvoie au fumeux débat sur l'identité nationale.

A Nairobi, le repas français a rejoint la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité avec l'art du pain d'épices en Croatie du Nord, la procession dansante d'Echternach au Luxembourg, les savoir-faire traditionnels du tissage des tapis du Fars en Iran, la danse des ciseaux au Pérou, les fêtes de Giong des temples de Phu Dong et de Soc au Vietnam et quelques autres aimables et fragiles coutumes ancestrales menacées par la marchandisation du monde. Pour bien faire, et pour que l'effet burlesque fût complet, les animateurs de la mission française à l'origine de cette candidature auraient dû solliciter son inscription au « *patrimoine immatériel nécessitant une sauvegarde urgente* ».

Malgré les déjeuners gastronomiques que s'offre l'hyperclasse dans les palaces parisiens, avec un goût du clinquant et de l'épate qui les pousse davantage vers ce qu'il y a de plus cher que vers ce qu'il y a de meilleur, malgré les chefs étoilés vus à la télévision, malgré leur riche appareil d'huîtres, de turbots, de homards, de truffes, de foie gras, de pigeonneaux, de caviar, de fromages et de vins fins, le repas gastronomique des Français est un patrimoine en péril. Les Français ont hélas de moins en moins le temps et de moins en moins l'argent pour les longs menus à quatre temps - entrée, plat, fromage, dessert. Il est d'ailleurs assez frappant d'observer que le gouvernement dont certains membres ont œuvré au sacre du repas gastronomique des Français a aussi aboli la loi qui avait rendu obligatoire pour les salariés du commerce et de l'industrie une relâche hebdomadaire de vingt-quatre heures, fixée le dimanche. Cette loi, il faut s'en souvenir, ne datait pas des jours heureux de la Libération, ni du Front populaire, mais de la Belle Epoque. C'est dire si le détricotage du tissu social qui s'opère présentement en France est féroce.

Dans ce contexte, il est impossible de se laisser berner par les gentils discours sur les vertus conviviales du repas gastronomique des Français et sur sa capacité à renforcer les liens sociaux. On mange mal dans les écoles, on mange mal dans les entreprises, on mange mal dans les hôpitaux. Une pauvre « semaine du goût » sur cinquante-deux semaines non pas de vaches maigres, mais de steaks recomposés avec du soja ne change rien à l'affaire. Les multinationales de restauration collective servent des plats bourrés de phosphates et d'acides gras saturés. Des emplois du temps hachés et des horaires décalés empêchent ceux qui le voudraient de manger ensemble. Et au repas du dimanche en famille, entre voisins, entre copains ou entre cousins, il risque désormais toujours de manquer

## Texte 1

quelqu'un, celui qui aura le malheur d'être retenu dans une zone d'intérêt touristique ou dans un périmètre d'usage de consommation exceptionnelle.

Mis sous cloche, célébré, raconté, le repas à la française peut désormais être vécu comme un souvenir. Cela sera beau comme *Le Festin de Babette* (1), mais on risque d'avoir faim en sortant. On va beaucoup en parler, mais de moins en moins souvent passer à table. Il est d'ailleurs frappant d'observer l'écart entre les plats préparés par Marc Veyrat, Guy Savoy, Joël Robuchon pour le menu servi à l'Assemblée nationale le jeudi 16 octobre 2008 dans le cadre de la candidature de la France au patrimoine mondial de l'Unesco - « *émulsion de foie gras à l'herbe d'ache en pot de yaourt, mousseuse de pomme de terre au chocolat* », « *huîtres en nage glacée* », « *turban de langoustines aux spaghettis* » - et les plats pour lesquels les Français affichent leur préférence lorsqu'on les interroge. Dans l'ordre : la blanquette de veau, le couscous et les moules-frites. Il ne s'agit pas de faire de la démagogie, mais de dire que l'excellence d'une cuisine de concours sophistiquée ne nous consolera pas de la lente disparition de la cuisine populaire française.

Historien des fastes et des fureurs de la « *grande bouffe du XIXe siècle* », Jean-Paul Aron observait, il y a vingt-cinq ans déjà, que le mythe du triomphe de la gourmandise s'est épanoui en France au moment où notre pays disait bonsoir à la gastronomie. « *L'essor foudroyant de l'industrie alimentaire, l'éducation intensive des poules pondeuses, le succès des premiers hamburgers dans les drugstores vingt ans avant le boom des restaurants McDonald's, la présentation, en cadence de l'éclosion des grandes surfaces, des mets sous cellophane sacrifiant la sensualité à l'hygiène, l'introduction, puis le triomphe, dans les années 1970, des produits surgelés, le privilège de la "cuisine" - espace rationalisé, conditionné, aménagé pour les yeux - sur la cuisine de plus en plus banalisée que l'on y mange en regardant la télévision, l'assignation de la salle à manger à des usages somptuaires, la dépréciation de la chère face au désir d'évasion, de coquetterie et de temps libre traduisent le renversement des valeurs traditionnelles. Si bien qu'à l'égard de l'alimentation, le langage remplit dès 1960 la fonction qu'il prend l'habitude d'exercer à la place des choses.* » Disons-le en pastichant Guy Debord : tout ce qui était directement mangé s'est éloigné dans une représentation.

D'où cette inflation de chroniques gastronomiques dans les journaux, ces shows culinaires à la télévision, cette avalanche de livres de cuisine en librairie. Et cette inscription du repas gastronomique des Français sur la liste du patrimoine culturel immatériel de l'humanité. Dans cette affaire, ce n'est pas l'adjectif « gastronomique » qui est cocasse. Il ne distingue pas à lui seul la cuisine professionnelle et la cuisine domestique : il existe une gastronomie populaire dont les ragoûts et les pot-au-feu sont l'ornement, et une cuisine professionnelle, celle de la Sodexo, qui ne mérite pas toujours le nom de gastronomie. Ce n'est pas non plus l'adjectif « immatériel ». Il est entendu que c'est un art de vivre que les experts de la Mission française du patrimoine et des cultures alimentaires ont mis en avant. Il existe des « *grammaires de la création* », observait naguère George Steiner. Il existe également des « *grammaires de la gourmandise* » qui nous permettent de savoir où, quand, comment, pourquoi on passe à table. Mais la mise au carré de tout par la marchandise a disloqué la composition des repas, leurs horaires et la nature des mets proposés, brouillant toutes choses jusqu'à effacer la « *mémoire du goût* ».

Le repas gastronomique des Français fait à la fois partie de la question écologique et de la question sociale. Il n'est pas question de le laisser à l'adversaire, mais plutôt de faire connaître à ce dernier les joies de l'effet boomerang. Ou alors le repas gastronomique des Français est bon pour le musée des arts et traditions populaires. Condamné à être contemplé à la table des heureux du monde, régalez de légumes du chef mais ironiques lorsqu'on leur parle d'agriculture biologique, n'y connaissant rien au vin mais buvant des étiquettes, parlant d'environnement avec de l'émotion dans la voix mais se moquant des catastrophes alimentaires.

**Note :** (1) Film danois réalisé par Gabriel Axel (1987).

# Aux Etats-Unis, une soupe au goût d'appropriation culturelle

Léo Bourdin, Le Monde, 13 décembre 2020

*Le magazine culinaire américain « Bon appétit » a déclenché une polémique en publiant, après en avoir modifié les ingrédients de base, une recette de soupe joumou, un plat emblématique de la culture haïtienne.*

## Une recette personnalisée et vilipendée

En marge de son édition spéciale pour les fêtes de fin d'année, parue le 1er décembre, le magazine Bon appétit, fer de lance culinaire du groupe de presse américain Condé Nast, au tirage mensuel de 1,5 million d'exemplaires, a publié sur son site Internet une recette intitulée « soupe joumou ». De très nombreux internautes se sont émus de l'absence de certains ingrédients de base de ce plat traditionnel de la cuisine haïtienne, comme le giraumon (une variété de potiron des Antilles à la peau vert foncé), la viande de bœuf et les pâtes. Pire, la recette de Bon appétit y ajoute des noix caramélisées ou du sirop d'érable. Au sein du lectorat issu de la diaspora haïtienne, la publication crée un malaise. D'autant que la recette a été rédigée par Marcus Samuelsson, un chef suédois d'origine éthiopienne, ce qui a valu à la revue d'être accusée d'« appropriation culturelle ». La rédaction a présenté ses excuses, a supprimé toute référence à la soupe joumou, la rebaptisant « soupe de potiron aux noix piquantes ».

## Un emblème culinaire national

Si « l'appropriation » de ce plat fait polémique, c'est qu'il ne s'agit pas de n'importe quel plat. « La soupe joumou est dans notre sang, dans notre ADN, s'émeut un chef haïtien dans la partie du site de Bon appétit réservée aux commentaires. Manquer de respect à cette soupe, c'est manquer de respect à notre culture, à notre drapeau. » Chaque 1er janvier, en plus du Nouvel An, les Haïtiens célèbrent l'indépendance de leur pays, proclamée en 1804 au terme d'une décennie de révoltes sanglantes et plus d'un siècle de présence française coloniale et esclavagiste. Mais, après les douze coups de minuit, les embrassades et les échanges de vœux, il existe une autre tradition à laquelle aucun Haïtien ne déroge : la dégustation d'un grand bol de soupe joumou. Si l'on mange et partage avec ses proches ce met roboratif, véritable emblème culinaire national, en ce jour précis, c'est parce que son histoire est intimement liée à celle de la République d'Haïti – et des quelques heures qui ont suivi la naissance de la première république noire libre du monde.

## Un symbole de libération du joug colonial

Au lendemain de la déclaration d'indépendance, Marie-Claire Bonheur, l'épouse de Jean-Jacques Dessalines, leader de la révolution haïtienne, prend publiquement la parole pour encourager la population à consommer un mets que les esclaves des plantations préparaient jusqu'alors pour leurs maîtres sans avoir le droit d'y goûter : la soupe joumou. En l'espace d'une journée, et pour toutes celles à venir, cette purée onctueuse, essentiellement composée de joumou – le nom créé du giraumon –, de viande de bœuf, de légumes divers, d'un mélange d'épices et de pâtes, est devenue un symbole culinaire : celui du pouvoir colonial renversé, de l'unité nationale et de la liberté retrouvée.

## Une avalanche de critiques

Cette controverse autour de la recette de la soupe joumou n'est que la goutte d'eau qui a fait déborder le vase. Bon appétit est fréquemment critiqué pour son manque d'inclusion et de représentation des personnes de couleur – dans les pages du magazine et au sein de son effectif. En juin 2020, son rédacteur en chef, Adam Rapoport, est contraint de démissionner après qu'une photo de lui datant de 2004, grossièrement grimé en rappeur portoricain, refait surface. Dans la foulée, un scandale éclate alors que l'on découvre que les chroniqueurs de couleur de la chaîne YouTube de Bon appétit (suivie par plus de 5,3 millions d'abonnés) sont largement sous-payés par rapport à leurs homologues blancs. La rédaction en chef de Bon appétit a depuis été confiée à Dawn Davis, une femme noire issue du monde de l'édition et reconnue pour son engagement en faveur d'une meilleure représentation des minorités.

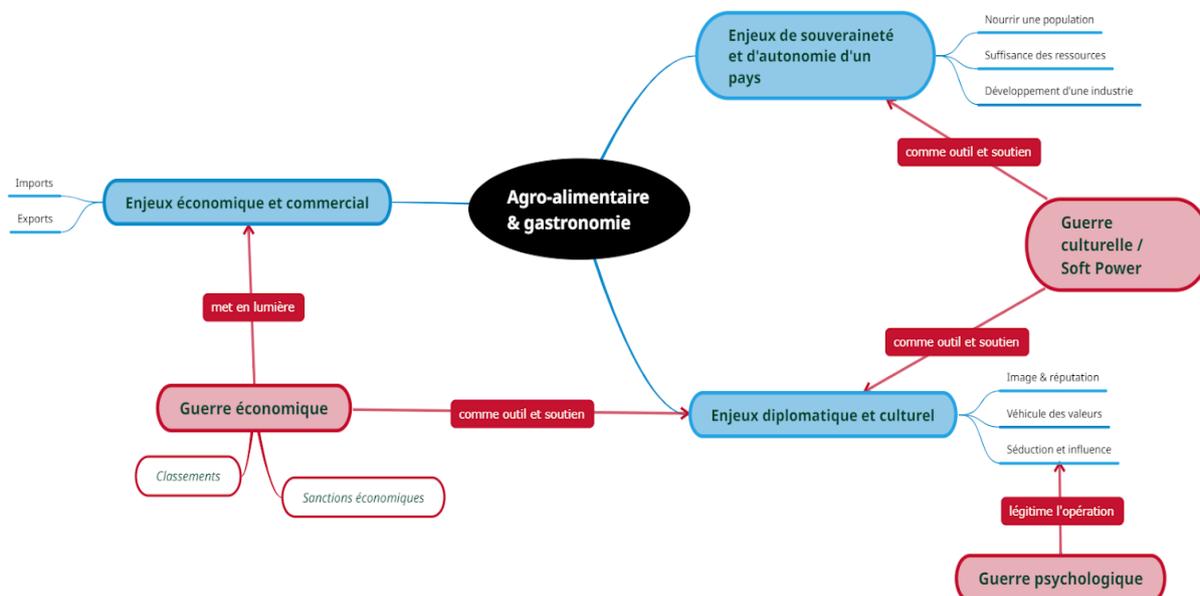
# La gastronomie et l'alimentation, la guerre des papilles

Louise Monjo, Olivia Luce Publié le 22/04/2022

*Cette analyse s'inscrit dans une série d'articles réalisée par le Portail de l'Intelligence Économique en préparation du 15e Gala de l'intelligence économique, organisé à l'occasion des 25 ans de l'EGE<sup>1</sup> et des 10 ans du Portail de l'IE, sur le thème "Servir la France".*

Pour commencer, des chiffres. La gastronomie en France représente 35,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires pour les métiers de la restauration et constitue le 5<sup>e</sup> secteur pourvoyeur d'emplois. La filière est l'un des facteurs d'attractivité pour le tourisme et capte 40 % du chiffre d'affaires hors taxe du tourisme international. Entré au patrimoine culturel immatériel de l'humanité en 2010, le "repas français" peut compter sur les 175 000 restaurants présents sur son territoire. Ses chiffres à l'export attestent aussi de sa puissance : le Japon ne compte par exemple pas moins de 5 000 restaurants français et les ventes de vins ont connu une année record en 2019, atteignant les 15,5 milliards d'euros...

De plus, le paysage de l'alimentaire français ne serait rien sans son industrie agro-alimentaire (IAA) dont les produits s'exportent sous des marques mondialement connues comme Lactalis, Nestlé, l'amidonnier Roquette ou le leader des levures de boulangerie, Lesaffre. Enfin, la puissance de la gastronomie se mesure à l'aune de ses réseaux de formations et d'enseignement, dont le Cordon Bleu – solide réseau d'écoles privées de 20 000 étudiants de plus de 100 nationalités différentes, – fait figure de proue à l'international.



Cartographie des enjeux du secteur de la gastronomie en France (Louise Monjo)

À l'aune de ces indicateurs, on peut comprendre que les enjeux de ce secteur contribuent à la stratégie de puissance des États, qui font alors usage de plusieurs moyens : sanctions économiques, compétition

<sup>1</sup> EGE : École de Guerre Économique. « L'École de guerre économique est un établissement d'enseignement supérieur privé hors contrat français, fondé en 1997, spécialisé dans l'intelligence économique. » (Wikipédia)

par les classements, pression psychologique et diplomatique, guerre d'influence culturelle, et compétition des acteurs privés et publics.

### **Les sanctions économiques**

Les sanctions économiques sont monnaie courante pour étrangler un État en le pénalisant dans ses accès à des ressources essentielles pour répondre aux besoins de sa population – et les acteurs des secteurs de la gastronomie et de l'alimentaire ne s'en privent pas. On peut citer l'exemple de l'embargo russe sur les matières premières agricoles européennes, suite aux sanctions européennes qui condamnaient l'annexion unilatérale de la Crimée en 2014. La Russie représentait alors un marché de 8 à 10 milliards d'euros par an, pour les producteurs européens.

À l'Ouest, c'est en 2003 qu'a lieu un épisode marquant en termes de guerre économique, dans le domaine de la gastronomie et de l'alimentation – à laquelle s'ajoutera la guerre psychologique et d'influence, si bien maîtrisée par les États-Unis – lorsque la France, par la bouche de Dominique de Villepin alors ministre des Affaires étrangères, refuse de s'engager en Irak. Le gouvernement américain réagit de la manière la plus claire selon la culture libérale que nous lui connaissons : le boycott et la mise en place de taxes douanières sur les produits alimentaires français.

Enfin, au Moyen-Orient, suite aux propos du président Emmanuel Macron sur le droit à la caricature en 2020, le Koweït, le Qatar et la Turquie ont obligé leurs acteurs de distribution à retirer les produits français de leurs étalages...

Les “greniers à blé”, désignant la Gaule puis la France pour les pays voisins de l'Europe, ainsi que l'Ukraine pour l'URSS, ont attisé les convoitises et provoqué les conquêtes de bien des puissances. Les déficits commerciaux dans le domaine sont des signes de dépendance envers le pays fournisseur. Cette vulnérabilité accule l'État à trouver des solutions telles que la conquête des territoires contenant les ressources nécessaires pour pallier cette faiblesse alimentaire. L'enjeu de l'alimentation et des produits fournis pour la gastronomie est vital pour un pays.

À l'inverse, les exportations de produits gastronomiques permettent de développer et de diffuser la culture d'un pays. Aujourd'hui, la France est le premier exportateur de vins et spiritueux, avec un chiffre d'affaires de 7,25 milliards d'euros, au premier semestre 2021. Certains éléments de la gastronomie française sont connus et recherchés à travers le monde entier, comme – outre ses vins, spiritueux et champagnes – les fromages, les pains et la pâtisserie. Si l'apparition de la pâtisserie s'opère dès le Moyen-Âge, elle se développe grâce aux importations de sucre au XVI<sup>e</sup> siècle à la Cour de France, et notamment, plus tard, à l'apport du chocolat d'Espagne par Anne d'Autriche au XVII<sup>e</sup>. La gastronomie se bâtit certes sur un territoire selon ses ressources, mais les flux commerciaux – et donc les alliances et relations des pays – jouent également un rôle important dans le développement des traditions culinaires.

### **Un outil d'influence et de séduction massive**

Des actions marquantes illustrent à travers l'histoire – particulièrement des États-Unis – que le commerce de l'alimentation et de la gastronomie est un tel enjeu de puissance et d'autonomie qu'il peut être utilisé comme véritable outil d'influence, aux répercussions importantes dans une guerre psychologique. L'un des plus célèbres, la “Tea Party”, le 16 décembre 1773, à Boston, qui eut lieu au cours d'une opération d'intimidation et de rejet de la Nouvelle-Angleterre qui voulait s'émanciper du Vieux Continent. Des navires jetèrent par-dessus bord leur cargaisons de thé, vendues par la Compagnie des Indes, et soumises à une taxe exorbitante, faisant de ce dernier un symbole de discorde entre la Grande-Bretagne et ses colonies américaines.

Deux siècles plus tard, le 15 décembre 1975, un article du *Business Week* intitulé « US Food power : Ultimate Weapon in World Politics » emploie explicitement le terme d'“Arme alimentaire”. De même, en 1976, le Secrétaire d'État à l'agriculture fait mention du *food power* (pouvoir alimentaire), ainsi que

du *food weapon* (arme alimentaire). Les États-Unis ont, par conséquent, été les premiers à théoriser la stratégie de l'arme alimentaire. Dans la continuité de la mise en œuvre de cette stratégie d'influence et de séduction massive, Hillary Clinton a développé le "Diplomatic Culinary Partnership" en 2012.

En France, nous connaissons tous l'importance du Guide Michelin pour le guidage touristique, qui fut créé pour influencer le consommateur de pneu Michelin, en l'encourageant à voyager pour l'art culinaire. En effet, quelle plus grande motivation pour sortir de chez soi qu'un bon repas dans un restaurant "trois étoiles Michelin" ?

### **La gastronomie comme véhicule de valeurs : un pilier du *soft power***

Depuis la chute du mur de Berlin et la "fin de l'histoire" conceptualisée par Francis Fukuyama, diplomate américain, on s'aperçoit que la culture culinaire permet de s'imposer et de modifier des phénomènes de consommation de masse.

En 2003, lors du refus français d'intervenir en Irak, au-delà des sanctions économiques des États-Unis à l'encontre de la France, "cet été-là, les produits français furent boycottés aux États-Unis, les *french fries* baptisées *freedom fries* (« frites de la liberté ») et les Bordeaux jetés au caniveau devant les caméras de Rupert Murdoch, très excité contre la France". Ce tournant sémantique a induit, dans l'inconscient des Américains et des pays consommant cette nourriture, que les États-Unis étaient le camp de la liberté et la France celui du soutien aux dictatures. Cette déclaration politique fut un acte lourd en termes de dénonciation morale et une victoire des États-Unis sur le front de la guerre psychologique.

La gastronomie est donc un véhicule de valeurs et de principes. Par conséquent, la *gastrodiplomatie*, ou, en français, *diplomatie culinaire*, apparaît naturellement, dans le début des années 1990, et est un terme popularisé par Hillary Clinton. Il s'agit d'utiliser l'art de la bouche comme arme de *soft power*, qui se définit lui-même comme « la capacité d'un État à influencer et à orienter les relations internationales en sa faveur par un ensemble de moyens autres que coercitifs ».

### **Dialectique entre cuisine et construction nationale**

Notre culture française du « bon vivant » nous berce de variétés de vins, de fromages et autres douceurs, que les producteurs français s'évertuent à développer, afin de satisfaire nos palais capricieux. Cette appropriation culturelle et gastronomique a des retombées politiques et économiques sur le pays. À l'étranger, outre l'exemple des géants de *fast food* américains qui se sont exportés à travers le monde, on peut citer les ambiguïtés existant quant à l'origine de certaines traditions culinaires telles que le *borscht*. Ce plat attise l'animosité entre Ukraine et Russie, assez profonde puisque la Russie puise sa culture dans le berceau kiévien. Un autre exemple est celui du *houmous* dont l'origine entre Israël et Liban est contestée.

À travers l'Histoire, la gastronomie se déploie dans les cuisines des puissants de ce monde, comme chez le tristement célèbre Nicolas Fouquet qui vit éclore le talent de François Vatel. Le développement de la gastronomie dans la haute société démontre l'enjeu de puissance dans ce domaine, et donc de sa nécessité pour la construction d'une tradition culturelle, attachée à un terroir et à une population.

"*La politique divise les Hommes, la bonne table les réunit*". Nous connaissons tous le célèbre épisode historique « tarte à la crème » du Congrès de Vienne qui illustra les capacités diplomatiques du génie cynique qu'était Talleyrand, accompagné de son illustre cuisinier Marie-Antoine Carême. Ce dernier sut adoucir les débats et négociations des puissances européennes alliées envers la France, suite à la chute du Premier Empire, qui avait vu naître les premiers concepteurs de la *gastronomie*, tels que Jean Anthelme Brillat-Savarin et Alexandre Grimot de La Reynière.

### **Une hyperconcentration des acteurs**

Du fait de la montée en puissance de la mondialisation et du libéralisme, l'industrie de l'alimentation a connu une hyper-concentration des acteurs à chaque niveau de la chaîne de production et dans tous les secteurs. À l'échelle nationale comme internationale, la mise en réseau des territoires de production et de consommation s'est paradoxalement vue confrontée à une concurrence accrue entre les acteurs impliqués. Ces phénomènes ont eu pour conséquence l'envolée du nombre de normes et de réglementations : ISO 22 000, HACCP, BRCGS, etc., sont autant d'outils politiques auxquels les poids lourds du secteur ont désormais recours pour renforcer leur hégémonie. Comme le souligne Pierre Deplanche, les normes apparaissent comme un outil offensif au sein d'une guerre économique. L'exercice de l'influence dans la construction normative y est un enjeu crucial pour les entreprises. Assez puissantes financièrement pour décrocher ces sésames, les plus influentes structures assurent leur sécurité alimentaire via la normalisation de leur production, certes nécessaire en matière de sécurité, mais à l'application encore facultative. Ces réglementations – européennes comme nationales – comportent en effet de nombreuses failles aisément exploitées. À titre d'exemple, la norme HACCP édicte des "meilleures pratiques" sans fixer de critères sur les produits finaux, ce qui laisse libre cours à des approximations sanitaires ou écologiques lors de la production.

### **Les stratégies offensives des acteurs étatiques et privés**

Consciente de la place centrale de la gastrodiploatie, la France multiplie les actions pour soutenir ce secteur d'influence et pourvoyeur d'emplois. En 2017, Emmanuel Macron lance l'opération générique "*Good France / Goût de France*" qui regroupe l'ensemble des projets soutenant la gastrodiploatie. Au sein de cette opération économique et culturelle d'influence, Atout France (GIE et agence chargée du développement touristique de la France) joue un rôle clé. Elle s'est notamment vue dotée d'un budget supplémentaire de 1,5 million d'euros pour financer la valorisation de la gastronomie française en juillet 2018. Cependant, notons que l'État choisit par la suite de ne pas reconduire cette subvention particulière dédiée à ce secteur. Les "subventions pour charges de service public de l'opérateur Atout France" connaissent en effet, depuis 2017, une baisse des montants, impactant nécessairement le secteur de la gastronomie et son rayonnement.

Parallèlement à l'État, le secteur privé ne reste pas en marge. En vue de diversifier leur portefeuille, les fonds d'investissement sont extrêmement friands des débouchés économiques et géopolitiques que leur offrent le secteur de l'IAA, de la production à la vente des produits. Blackrock a par exemple investi 3 % de son fonds *Nutrition Fund* en France et détient des participations dans des mastodontes français comme Danone (5,7 %) et Pernod-Ricard (5 %). Plus impactant encore pour la gastronomie française et les produits qu'elle utilise, le fonds américain est aussi présent sur les segments des engrais, des produits phytosanitaires, de l'alimentation animale, etc. Des entrées au capital d'entreprises de l'IAA français ont également été aperçues du côté des fonds Vanguard et 3D Capital. L'heure est donc à la mesure : la gastronomie française, emblème d'une culture nationale riche et variée, ne saurait être le reflet de sa puissance sans une attention accrue portée à la préservation de son influence.

*Le repas pour célébrer les noces de Charles Bovary et d'Emma a lieu dans la ferme du père d'Emma.*

« C'était sous le hangar de la charretterie que la table était dressée. Il y avait dessus quatre aloyaux, six fricassées de poulets, du veau à la casserole, trois gigots et, au milieu, un joli cochon de lait rôti, flanqué de quatre andouilles à l'oseille. Aux angles, se dressait l'eau-de-vie dans des carafes. Le cidre doux en bouteilles poussait sa mousse épaisse autour des bouchons, et tous les verres, d'avance, avaient été remplis de vin jusqu'au bord. De grands plats de crème jaune, qui flottaient d'eux-mêmes au moindre choc de la table, présentaient, dessinés sur leur surface unie, les chiffres des nouveaux époux en arabesques de nonpareille. On avait été chercher un pâtissier à Yvetot, pour les tourtes et les nougats. Comme il débutait dans le pays, il avait soigné les choses ; et il apporta, lui-même, au dessert, une pièce montée qui fit pousser des cris. À la base, d'abord, c'était un carré de carton bleu figurant un temple avec portiques, colonnades et statuettes de stuc tout autour, dans des niches constellées d'étoiles en papier doré ; puis se tenait au second étage un donjon en gâteau de Savoie, entouré de menues fortifications en angélique, amandes, raisins secs, quartiers d'oranges ; et enfin, sur la plate-forme supérieure, qui était une prairie verte où il y avait des rochers avec des lacs de confitures et des bateaux en écales de noisettes, on voyait un petit Amour, se balançant à une escarpolette de chocolat, dont les deux poteaux étaient terminés par deux boutons de rose naturels, en guise de boules, au sommet.

Jusqu'au soir, on mangea. Quand on était trop fatigué d'être assis, on allait se promener dans les cours ou jouer une partie de bouchon dans la grange, puis on revenait à table. »

Gustave Flaubert, *Madame Bovary*, première partie, chapitre IV, 1857.

## **Patrimoine culturel immatériel et mondialisation. Le « repas gastronomique des Français » est-il soluble dans l'économie de la diversité culturelle ?**

Julia Csergo

**in : « Faire l'histoire culturelle de la mondialisation », sous la direction de François Chaubet, Presses universitaires de Paris-Nanterre, 2018, p. 217-244 (extraits) .**

Le 16 NOVEMBRE 2010, « le repas gastronomique des Français » était inscrit sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel (PCI) de l'humanité, en référence à la convention adoptée par l'Unesco en 2003. La France confirmait par-là, au regard du monde, sa réputation de « pays de la gastronomie », et le premier ministre, François Fillon, pouvait saluer l'événement en déclarant :

La cuisine est pour la France [...] l'une des expressions les plus abouties de l'excellence des produits, de la qualité de ses savoir-faire artisanaux et de son rayonnement culturel. Elle est également la marque d'un art de vivre à la française, où la convivialité et le talent tiennent une place de choix. Ce classement [...] est une reconnaissance de nos artistes des métiers de bouche, connus dans le monde entier.

Cette inscription marquait l'aboutissement d'un processus lancé en février 2008 par une déclaration du président de la République, puis coordonné et financé par l'État. La forte implication de l'État dans ce dossier avait démontré deux choses : d'une part, que les problématiques liées à la mondialisation culturelle concernaient aussi la gastronomie, cette culture de la qualité et du plaisir de la table, inscrite dans les territoires des identités culturelles, et qui s'exprime autant dans les pratiques populaires qu'à travers les pratiques élitistes de la haute cuisine ; d'autre part, que les formes de mondialisation culturelle que véhiculent les conventions internationales, pouvaient offrir aux États qui les ratifient, de nouveaux leviers d'action, notamment à travers l'élaboration de politiques et d'économies des cultures immatérielles.

### **De la gastro-politique à la gastro-diplomatie**

Ce n'était pas la première fois, en France, que le politique s'engageait sur le terrain de la gastronomie. Au début du XX<sup>e</sup> siècle et jusque dans l'entre-deux-guerres, les figures emblématiques de la « gastro-politique », pour emprunter le terme qu'Arjun Appadurai avait initié pour un tout autre concept, comme le maire de Lyon, Édouard Herriot ou celui de Dijon, Gaston Gérard s'en étaient emparés pour promouvoir le rayonnement de leurs villes et l'essor agricole et économique des campagnes environnantes. Plus près de nous, le ministre de la Culture, Jack Lang (1981-1986 et 1988- 1993), avait tenté d'en faire un axe des politiques culturelles qu'il avait menées au nom de la démocratisation culturelle, mais aussi en vertu de l'élargissement des territoires de la culture défendu par des institutions internationales comme l'Unesco, notamment durant la conférence de Mexico de l'été 1982 où le ministre français avait tenu un discours remarqué. Durant son mandat, Jack Lang opérera donc un rattrapage vis-à-vis de secteurs culturels qui avaient été jusque-là négligés. Malgré ce que certains intellectuels dénonceront comme le « tout culturel », les musiques actuelles, le tag, les marionnettes, le cirque, la mode, la photographie accéderont à un statut culturel et seront intégrés dans les

politiques culturelles. La gastronomie y ébauchera, à travers une mission Arts culinaires, une entrée discrète, maintenue durant les cohabitations, puis tombée en désuétude. Peu de traces de son action subsistent. De cette ambition ne demeure que l'Inventaire du patrimoine culinaire de la France, un inventaire des produits du terroir lancé au début des années 1990 à la demande conjointe des ministères de la Culture et de l'Agriculture, et réalisé par le Conseil national des arts culinaires (CNAC). Cependant, cet inventaire n'a été accompagné d'aucune politique patrimoniale, d'aucune mesure de sauvegarde, et n'a bénéficié d'aucun suivi de la part de l'institution culturelle.

L'initiative singulière de 2008 est tout autre. Par la dimension doublement symbolique qu'elle revêt – la voix du président de la République et l'échelle du patrimoine de l'humanité – elle semble marquer un tournant dans la prise en compte de la gastronomie dans les politiques publiques. Cependant, les usages qui ont été faits de l'inscription montrent que cette implication de l'État relève davantage d'une stratégie de gastro-diplomatie que d'une volonté d'inscrire la gastronomie dans les politiques culturelles auxquelles elle pouvait prétendre. En effet, quelques années auparavant, le concept de gastro-diplomatie avait émergé, sur la scène internationale, présenté comme une arme du *soft power*, pour reprendre la proposition que Joseph S. Nye avait lancée à la fin des années 1980 et qu'il avait développée en 2004. L'idée de la puissance du « pouvoir doux » que donne l'influence du rayonnement culturel – ici la gastronomie – avait alors conduit certains États à mettre en place une stratégie consistant à utiliser leurs traditions culinaires comme vecteur de puissance diplomatique et économique. Toutefois, dans cet article, je m'attacherai moins à cet aspect, qu'aux impacts économiques que cette inscription aurait pu revêtir, et ce, en explorant la notion de diversité culturelle qui est l'objet même de la convention de 2003. Mon approche renvoie plus largement aux formes de « mondialisation » qui se sont mises en place dans le courant des années 1990 et qui sont reconnues aujourd'hui comme ayant constitué une nouvelle phase dans l'intégration planétaire des phénomènes économiques, financiers, écologiques et culturels.

## **La gastronomie française menacée par la nouvelle mondialisation ?**

Nous le savons, dans les domaines de l'alimentation et de la gastronomie, comme dans tous les domaines culturels, la mondialisation est loin d'être un phénomène nouveau : la mobilité et les circulations des hommes, des produits, des savoirs et des savoir-faire, des techniques de production, des usages, des coutumes, assortis des processus d'appropriation, de recombinaison et de récréation dont ils ont fait l'objet, constituent le cœur des cultures alimentaires, lieux de tous les métissages et créolisations, et ce, même si certains États en ont construit des représentations nationales, régionales et identitaires. Néanmoins, les problématiques liées à la mondialisation alimentaire de la fin du XX<sup>e</sup> siècle, tiennent à d'autres aspects, notamment à l'ampleur prise par l'industrie agro-alimentaire, dont les productions à bas coûts, inondent les marchés internationaux. L'ampleur de la diffusion des produits alimentaires industriels a pu poser ainsi, à la fois la question de la « malbouffe », et celle de la standardisation et de l'uniformisation des produits et des goûts dans le monde. La puissance de cette industrie a été mentionnée comme un facteur de mise en danger, non seulement de la diversité des cultures alimentaires, mais aussi des productions locales et territorialisées qui les composent, et dont les échelles et les modalités de production – agricoles et/ou artisanales – ne s'inscrivent que difficilement dans ce contexte concurrentiel. Ce contexte explique largement les raisons pour lesquelles le président de la République a fait l'annonce de la candidature Unesco au salon de l'Agriculture, et qu'il se soit ainsi adressé en priorité aux producteurs agricoles et aux éleveurs, intéressés au premier chef par les impacts économiques d'un label Unesco.

Au-delà, cette déclaration s'inscrivait aussi dans le contexte particulièrement concurrentiel auquel se trouvait confronté depuis les années 1990 l'ensemble des filières qui constituent la gastronomie, avec la conséquence qu'il faisait peser sur l'attractivité de la France, sur ses marchés touristiques, sur ses produits et sa cuisine à l'export. Deux temps ont marqué ce qui a été qualifié de « crise culinaire » : celui des années 1990, qui explique les politiques des arts culinaires menées par Jack Lang ; et celui des années 2000, qui contraint la France à confirmer sa réputation de pays de gastronomie et qui trouve un levier de communication, sinon d'action, dans la convention de 2003, entrée en vigueur en 2008.

Le premier impact des nouvelles formes de mondialisation sur le domaine de la gastronomie touche la prééminence de la cuisine française dans le monde. Reconnue dans l'Europe des élites depuis le XVII<sup>e</sup> siècle, son influence avait continué à s'exercer et à s'étendre jusqu'au dernier tiers du XX<sup>e</sup> siècle, à travers un art, un vocabulaire, des techniques et un style défendus par des cuisiniers français qui avaient essaimé à travers le monde. Or les années 1990 ont vu l'émergence d'autres réputations « gastronomiques », villes et pays qui se sont mis à concurrencer la France, voire à la dépasser, à l'aune de la comptabilisation du nombre de restaurants étoilés. La mondialisation des marchés et des mobilités avait alors favorisé la visibilité d'autres modèles culinaires et/ou gastronomiques qui handicapaient le développement des grands restaurants français à l'international. Avec la mondialisation des goûts et des cuisines, la concurrence se marquait par l'invasion de la *World Food*, dénoncée comme une invention américaine destinée à satisfaire les besoins de l'expansion culturelle et économique des États-Unis. L'attrait, en France même, des restaurants ethniques, avait alors posé la question de l'héritage de la gastronomie française, dont le passé, trop glorieux, imposait des formalismes, des rigidités, des doctrines, jugés trop intimidants, voire discriminatoires, par l'élitisme et la distance sociale qu'ils cultivent.

Au-delà, d'autres menaces se concrétisaient : la concurrence sur les marchés à l'export des vins californiens, australiens et chiliens ; la cuisine italienne, qui passait en tête dans des sondages internationaux ; l'entrée dans le jeu de la Catalogne, avec Ferran Adria salué comme « le meilleur chef du monde sur la planète » (dixit Joël Robuchon) ; l'engouement pour le nouveau style culinaire porté par des cuisiniers anglo-saxons, à Londres ou à New York ; la montée des cuisines japonaise et thaï devenues des modèles de référence. Cette crise culminait avec le dépôt de bilan du restaurant de Pierre Gagnaire à Saint-Étienne, une première dans les annales de l'histoire des trois étoiles, qui démontre à quel point la concurrence internationale a contraint les grands chefs à une course effrénée aux étoiles, et à l'endettement qui va avec.

Dans ce contexte, la politique défendue par Jack Lang aurait pu devenir un instrument de défense d'une « exception culturelle » dans le domaine gastronomique. La notion avait été évoquée par Alexandre Lazareff, alors directeur du Conseil national des arts culinaires. Il affirmait, dès 1998, que la gastronomie et ses produits se situaient au cœur de l'exception culturelle, et ce en référence à celle qui avait fait admettre notre différence en matière cinématographique et audiovisuelle. Cependant, peut-être par crainte d'induire l'idée d'un protectionnisme, ou pire, d'une xénophobie, la référence à l'exception culturelle a vite dérivé vers la figure de style. Elle a servi de qualificatif pour caractériser une gastronomie « d'exception » ou « exceptionnelle », plutôt que d'argument en faveur de politiques dérogatoires aux règles du libre-échange.

Loin de s'apaiser, cette crise s'est amplifiée à partir de 2003, avec la violente offensive américaine de dénigrement de la gastronomie française. Certains observateurs y ont vu les débuts de l'entreprise de *French bashing* consécutive au discours que le ministre des Affaires

étrangères, Dominique de Villepin, avait prononcé le 3 février 2003, devant le conseil de sécurité de l'ONU contre l'opération « Iraqi Freedom » voulue par les États-Unis et leur allié britannique. Des représailles anglo-saxonnes sont alors organisées contre la gastronomie et les produits alimentaires français. En 2002 déjà, le magazine anglais *Restaurant* avait publié *World's 50 Best Restaurants – San Pellegrino*, le premier classement qui distinguait les meilleures tables du monde, et dans lequel les grandes adresses françaises ne figuraient pas. [...]Ce phénomène... a accompagné d'autres phénomènes qui marquaient la perte d'influence de la gastronomie française dans le monde : l'internationalisation du Gault & Millau et l'essor de prescripteurs concurrents du Michelin, dont les éditions étrangères lui avaient valu des accusations de favoritisme envers les restaurants français dans le monde. Cependant, alors même que la légitimité du guide rouge est attaquée, Alain Sanderens rend ses trois étoiles (2005), suivi en cela par Olivier Rœllinger (2007). De nouvelles procédures de classement émergent, à travers les palmarès internationaux lancés par de puissants médias américains ou britanniques, dans lesquels la France se retrouve marginalisée. L'inquiétude alors ressentie par la France conduit, en 2009, à l'une des premières actions gastro-diplomatiques, à savoir l'« Enquête sur le goût français dans le monde » que *Le Monde* lance en collaboration avec le Quai d'Orsay et les postes diplomatiques français à l'étranger. L'enquête vise à « recenser et évaluer les activités et les services qui assurent ou relayent une présence ou une influence culinaire française » ; elle conclut que la France demeure une image de référence, mais attire l'attention sur le fait que les chefs français ont totalement perdu de leur influence, puisqu'ils ne sont plus en poste dans les sphères du pouvoir à l'étranger. En avait témoigné, de façon éclatante, l'initiative prise en 1992 par Hillary Clinton, alors Première dame, qui avait remplacé le cuisinier français de la Maison Blanche par un cuisinier américain.

Ces années voient encore la concurrence mondiale se déployer en direction du terroir et de ses productions. Ce sont celles qui voient l'entrée massive du terroir dans de nombreux pays. Le phénomène s'était déjà étendu à l'Europe avec la publication, en 1992, du règlement relatif à la protection des *appellations d'origine et des indications géographiques protégées*, qui disposeront désormais d'un système d'enregistrement et de protection juridique communautaire. Mais au-delà, le terroir commence à affirmer une existence dans certains États américains, comme le Vermont ou la Louisiane, ou au Canada comme le Québec ou l'Ontario. Aux États-Unis, l'offensive est lancée par le *Washington Post*, dès 2007, à travers l'article de Jane Black. Des publications, journalistiques ou académiques, consacrent alors ce phénomène de « terroirisation » de l'Amérique du Nord. Le phénomène gagne le monde, à partir des actions menées par Slow-Food, association fondée en 1986 par le journaliste et sociologue italien Carlo Petrini, ou comme Planète Terroir, organisme issu de la coopération développée depuis 2005 entre l'Unesco et Terroirs et Cultures, association fondée en 1997 par Dominique Chardon, alors président de la Sopexa. On assiste dès lors à une mondialisation de la conception historiquement développée en France, selon laquelle les terroirs créent de la valeur face aux déséquilibres générés par la standardisation des consommations nées des productions industrielles. Ainsi, au-delà des concurrences déjà évoquées, les produits territorialisés se retrouvent au cœur des questions de marché, soulevées notamment par la régulation que garantit l'Organisation mondiale du commerce (OMC) dans le cadre du Traité de libre-échange signé entre l'Europe et le Canada (CETA) ou négocié entre l'Europe et les États-Unis (TAFTA), suspendu depuis l'élection de Donald Trump à la présidence américaine.

Enfin, c'est encore sur le marché du tourisme international, qui assure les recettes touristiques et qui favorise les ventes à l'export, que le phénomène de mondialisation de la gastronomie soumet la France à une farouche concurrence. En effet, durant les années 2000, nombreux sont les pays qui développent, au-delà de la concurrence qui se joue sur les chefs et les restaurants,

la valorisation touristique de leurs terroirs et de leurs traditions alimentaires, par la création de « routes » de vins ou de fromages, de festivals alimentaires, de concours culinaires, d'accueils à la ferme, autant de produits susceptibles d'accroître l'attractivité des destinations et de procurer des ressources accrues aux agriculteurs, aux viticulteurs, aux entreprises de transformation alimentaires locales. L'objectif annoncé par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), qui consacre en 2000 un colloque sur les aliments locaux et le tourisme, ainsi qu'une enquête sur les politiques touristiques en matière d'aliments locaux, est de capter par l'essor de ce que le secteur nomme « l'expérientiel », les marchés touristiques en expansion constante, dont les projections de croissance indiquent qu'ils atteindront 1,8 milliards de déplacements internationaux en 2030, alors qu'ils étaient de 940 millions en 2010.

Ainsi, la mondialisation de la gastronomie, de la haute cuisine, du terroir, induit des enjeux sur les marchés où se joue la position de la France, sa prééminence comme pays de la bonne cuisine, des bons produits et des bons vins, son image de pays de la gastronomie.

## **Le PCI, une économie de la diversité culturelle**

Dans ce contexte, on le comprend, la convention de 2003, par la mise en valeur des identités culturelles et par le rayonnement mondial qu'elle procure aux éléments de patrimoine immatériel inscrits sur les registres de l'Unesco, offrait à la France un instrument de ce *soft power* qu'est la gastro-diplomatie. Mais au-delà de l'octroi d'une médaille qui a été présentée comme venant couronner « la meilleure gastronomie du monde », l'inscription offrait aussi un levier de sauvegarde et de promotion de la diversité culturelle, notamment dans sa dimension économique, dont l'ampleur des enjeux n'a jamais été analysée ni même soulevée par les acteurs politiques et institutionnels de la candidature.

Car, au-delà des instrumentalisation qu'elle autorise en termes de prestige symbolique des États, ou encore de rapports de force politiques et stratégiques, toute inscription au PCI comporte des enjeux qui relèvent autant de la sauvegarde des cultures menacées, que de l'économie des patrimoines culturels aujourd'hui au centre de nombreuses réflexions sur le développement et la croissance.

Cette dimension économique de la culture immatérielle figure dans les directives opérationnelles destinées à la mise en œuvre de la convention, publiées en 2008 et régulièrement enrichies. [...] C'est à ces titres que chaque inscription est, dans la perspective de la viabilité de l'élément concerné, assortie de mesures de sauvegarde, dites « plan de gestion », où sont notamment déclinées les mesures qui relèvent de la valorisation économique et commerciale, c'est-à-dire de politiques d'économie culturelle [...]

On le voit, les usages qui ont été faits de l'inscription du repas gastronomique des Français montrent que la convention de 2003 n'a pas été appréhendée pour ce qu'elle est, à savoir un nouvel instrument de la gouvernance culturelle à l'heure de la nouvelle mondialisation. Ils n'ont à aucun moment favorisé une économie de la diversité culturelle dont auraient pu bénéficier les productions de caractère qui expriment la diversité des identités locales, régionales, nationales, les industries, les biens et services, les espaces qui sont ceux de la culture gastronomique. Car patrimonialiser la culture immatérielle, à travers les listes de l'Unesco, comme à travers les inventaires nationaux, revient, par des procédures autorisées, à favoriser les mesures destinées à protéger les productions culturelles et les espaces culturels menacés par les risques d'uniformisation que font courir l'accroissement des échanges commerciaux, la puissance des

industries multinationales, les normes croissantes dictées sur les marchés par les cultures les plus puissantes.

À cet égard, dans le contexte de la nouvelle mondialisation, il revient aujourd'hui aux politiques culturelles de garantir les biens et services culturels contre les règles des marchés commerciaux internationaux. Ce sont en effet des dispositifs d'aide, de réglementation et de promotion des produits nationaux, mis en place grâce à l'exception culturelle (devenue aujourd'hui diversité culturelle), qui avaient permis – et permettent encore – une intervention publique en faveur de la protection de certains secteurs de la culture et de certaines œuvres. Or la gastronomie est une marchandise culturelle comme une autre. La valeur immatérielle du marché culturel qu'elle représente, et qui inclut celle des connaissances sur lesquelles elle repose, a été estimée à plus de cent milliards d'euros, un poids deux fois supérieur à celui de toutes les activités culturelles réunies. Et sa complémentarité avec l'identité culturelle, avec le patrimoine, avec le tourisme, avec le commerce extérieur, constitue une importante source de développement territorial, de croissance économique et d'emplois.

Ainsi, l'inscription auprès de l'Unesco aurait pu ouvrir les voies de politiques, de législations, d'aides au développement et à la promotion de segments de production ou de diffusion, et ce, par des mesures spécifiques de financement, de crédit, de fiscalité, de commercialisation, d'accès aux marchés. Elle aurait pu défendre la culture du bien manger pour tous, c'est-à-dire, la souveraineté et la durabilité alimentaire, les tissus productifs, la vie économique et sociale des territoires, des consommateurs et des producteurs. Bien au-delà des postures intellectuelles qui analysent les résistances à l'impact de l'industrie mondialisée en termes d'« agrarisation des mentalités » ou de « relocalisation archaïsante des esprits », il s'agit de la survie culturelle et économique face à la violence des règles du libéralisme et du règne de la compétitivité qui réduisent les marges de manœuvre des États et soumettent les peuples et la planète aux modèles importés, globalisés et standardisés, qui engendrent les dépendances et l'appauvrissement des agricultures et des cultures. À la lumière des instruments, juridiques et contraignants, qui régissent la diversité culturelle et les patrimoines culturels immatériels, ce sont les nouveaux enjeux de la mondialisation qui sont ici soulevés. De plus en plus nombreux sont les pays qui défendent l'idée selon laquelle les politiques de la diversité culturelle constituent les nouvelles voies de la croissance, de l'exportation, de l'appui aux entreprises, du soutien aux filières alimentaires, agricoles et artisanales. Comme le font ces pays, la France devra certainement rendre un jour la convention pour la sauvegarde du patrimoine immatériel de 2003, indissociable de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de 2005, pour ce qu'elles peuvent être : des instruments sinon d'alternatives, du moins d'ajustements, des politiques aux contextes imposés par les marchés, et dont nous devons suivre les impacts sur le développement. À travers les politiques culturelles et les politiques d'économie de la culture qu'ils autorisent, seuls ces instruments de la gouvernance mondiale pourront opposer des freins aux risques d'uniformisation et de standardisation culturelles que font peser les nouvelles formes de mondialisation, notamment sur les cultures gastronomiques qu'il convient de reconnaître comme procédant de la diversité culturelle et de la créativité humaine.

## La diplomatie américaine est soluble dans le soda

Guillaume Pitron, Manière de voir, 7 juillet 2015.

***Sans la gomme arabique extraite des acacias d'Afrique, il serait impossible de fabriquer la plus célèbre des boissons gazeuses et nous ne pourrions consommer ni médicaments ni confiseries. Du Soudan aux Etats-Unis, voyage sur les traces d'un produit charriant de lourds enjeux diplomatiques.***

New York. A l'angle de Hanover Square et de Pearl Street, au coeur de Manhattan, se dresse une ancienne maison de négoce convertie en club d'affaires : l'India House. Au premier étage, les salons autrefois destinés aux transactions de produits acheminés des Indes ont été réaménagés en un élégant restaurant. Mais l'esprit des marchands de denrées exotiques rôde toujours en ces lieux. Oublié des lumières tamisées et des conversations, s'y niche, tel un messenger de ces antiques commerces, un cabinet de curiosités. La commode en bois précieux compte une trentaine de tiroirs gorgés de ces matières premières indispensables à l'économie américaine. Le onzième, préposé aux résines, renferme un amas de granulés qu'accompagne cette mention : « gomme arabique ».

Non loin de là, à l'angle de la 14e Rue, le 4 Union Square South est l'adresse d'un supermarché de la chaîne d'alimentation bio Whole Food. Sans le savoir, les chalands y lestent leurs cabas d'infimes quantités de cette résine d'acacia. En l'absence de cet émulsifiant également connu sous le code E 414, « *le colorant noir du Coca-Cola remonterait à la surface de la bouteille* », explique M. Frédéric Alland, directeur de l'entreprise d'importation et de transformation de gommes Alland & Robert. « *Nous ne pourrions plus boire de boissons gazeuses.* » Ni consommer de confiseries et de médicaments, dont la gomme fixe l'enrobage, ni manger de yaourts, dont elle épaissit la texture, ni boire de vin, dont elle réduit l'agressivité des tanins, ni imprimer de journaux, sur lesquels elle permet de fixer l'encre.

Sa source : la « ceinture de la gomme arabique », un collier d'acacias reliant le Sénégal à la Somalie, enchâssé entre le Sahara et la forêt équatoriale. De gros producteurs tels le Tchad et le Nigeria ont émergé sur les marchés internationaux, mais leur dynamisme n'égale pas celui du Soudan. Exportateur de la moitié de la production mondiale et surtout de la meilleure qualité, dite Hashab, le « Pays des Noirs » est une source d'approvisionnement indispensable pour l'Occident. A tel point que, malgré un embargo draconien imposé par Washington sur le Soudan depuis 1997, le commerce de l'exsudat stratégique se poursuit, à l'insu des consommateurs américains, entre les rives de la mer Rouge et la côte Est des Etats-Unis.

« *Plus les Etats-Unis nous imposent de sanctions commerciales, plus nous leur exportons de la gomme arabique* », commente l'homme d'affaires soudanais Isam Siddig. Et pour cause : la résine se révèle indispensable à la fabrication des sodas. « *Nous avons une morale, mais ne nous privez pas de notre Coca-Cola !* », résume un spécialiste américain du Soudan. Ce talon d'Achille de la politique étrangère américaine au Soudan, le quotidien *Washington Post* le qualifie de *soda pop diplomacy* (« diplomatie du soda »). En réponse aux condamnations américaines des massacres perpétrés au Darfour, l'ancien ambassadeur du Soudan à Washington, M. John Ukec Lueth, a même menacé en 2007, tout en agitant une bouteille de Coca-Cola devant un parterre de journalistes médusés, de couper le robinet des exportations de gomme. Une « guerre des sodas » potentiellement désastreuse pour l'industrie des boissons gazeuses, pilier de l' *American way of life*.

**« C'est l'or du Soudan. Nous y tenons bien plus qu'au pétrole ! »**

A dix mille kilomètres de New York, aux confluent de l'Afrique noire et du monde arabe, Khartoum, avec ses six millions d'habitants, étend ses tentacules autour des méandres du Nil Bleu et du Nil Blanc. En ce mois de mars 2011, le trafic de la capitale soudanaise est congestionné par les flots de rickshaws sans âge et de Hummer rutilants. Cabrées sous un soleil cloué au zénith, des forêts d'immeubles, de grues et de minarets bravent les alternances de brumes de sable et de chaleur. Reclus dans l'ombre de leurs échoppes, les marchands d'épices et de sésame résistent stoïquement aux humeurs de la saison sèche. La période coïncide avec la récolte de la gomme, quatrième produit agricole du pays et objet de

fierté nationale. «*Le Soudan sans la gomme, ce n'est même pas concevable !*», s'exclame un négociant. «*C'est l'or du Soudan*, ajoute, lyrique, son confrère Momen Salih. *Nous y tenons bien plus qu'au pétrole !*»

Pour se joindre aux six millions de fermiers qui travaillent dans les immensités piquetées d'acacias du Kordofan et du Darfour, il faut rouler huit cents kilomètres plein ouest sur une route rectiligne qui sectionne la savane en deux immensités jumelles. Les abords se peuplent de huttes sporadiques et la chaussée de cavaliers solitaires. Des camions multicolores chargés de vivres et d'hommes se mêlent aux chameaux égarés. La terre devient rouge. Des baobabs dressent leurs silhouettes au-dessus de l'horizon désertique. Au bout de l'asphalte, la bourgade d'Al-Nouhoud est la capitale soudanaise de la gomme arabique.

Fermiers et négociants y oeuvrent à extraire et commercialiser la substantifique sève. «*Ici, l'acacia, c'est la vie !*», confie M. Ajab Aldoor. Depuis quarante ans, ce père de cinq enfants, l'allure svelte et le regard humble, reproduit à l'aide d'une machette les gestes que l'on se transmet de père en fils. La fin de l'après-midi est le moment idéal pour saigner l'écorce des acacias. Quinze jours plus tard, des coulées de résine s'échappent des entailles et forment de petites boules visqueuses.

### ***Un Etat au ban de la diplomatie mondiale depuis plus de vingt ans.***

Comme des millions d'agriculteurs, M. Aldoor ignore tout de l'usage final de la sève. Vendue pour une poignée de livres soudanaises au négociant local, nettoyée de ses impuretés, séchée puis concassée, la gomme est ensuite convoyée dans des sacs de jute vers l'agglomération d'Al-Obeid pour y être vendue aux enchères. Il lui faut encore parcourir deux mille kilomètres à destination de Port-Soudan, sur les rives de la mer Rouge, où elle est chargée dans des conteneurs à destination d'usines de transformation occidentales. Atomisé et traité, le produit fini s'apparente à une fine poudre blanche que l'on réexpédie aux quatre coins du monde.

En 2011, les commerçants de gomme arabique sont optimistes : stimulée par la croissance des pays émergents, la demande mondiale a été multipliée par deux depuis 1985 ; elle progresse à un rythme annuel de 3 %. «*La principale source de croissance se trouve dans les sodas, les boissons vitaminées et les compléments alimentaires*», observe M. Paul Flowerman, président de la société de négoce PL Thomas. «*Tout joue en faveur d'un retour à la gomme naturelle*», analyse M. Thomas-Yves Couteaudier, auteur d'une étude de marché pour la Banque mondiale. «*D'autant que l'Occident ne jure que par le bio*», renchérit M. Salih. La sève d'acacia, rappelle-t-il, rapporte 40 millions de dollars par an à son pays. «*En plus, nous produisons la meilleure gomme du monde !*» Ainsi va le monde merveilleux de la gomme arabique...

C'est oublier que le Soudan est un Etat mis au ban des nations, inscrit sur toutes les listes noires de la diplomatie mondiale [...] C'est à Washington qu'il faut chercher les explications à ce blocus commercial. Les relations entre les deux pays se sont dégradées à la suite du coup d'Etat de M. Al-Bachir en 1989, mais «*c'est à partir de 1992 que l'exécutif américain a vraiment commencé à s'intéresser au Soudan*», rappelle, dans son bureau sans fenêtres du Capitole, M. Ted Dagne, spécialiste de la Corne de l'Afrique rattaché au service de recherches du Congrès américain. Comment ? A cette époque, le pays était perçu comme promouvant l'islamisme radical, matant dans le sang la rébellion des Nuba et abritant sur son sol les terroristes Carlos et Oussama Ben Laden.

M. Dagne affirme avoir alors constitué, avec huit hauts fonctionnaires et politiciens alarmés par les agissements de Khartoum, un discret réseau, The Council (le Conseil). Dès le début des années 1990, ce lobby informel oeuvrait en faveur d'un durcissement progressif de l'attitude américaine envers le Pays des Noirs. Les vœux de M. Dagne sont exaucés en 1993, lorsque l'implication de cinq citoyens soudanais dans le premier attentat contre le World Trade Center conduit l'administration Clinton à inscrire le Soudan sur la liste des Etats soutenant le terrorisme.

En 1997, les «faucons» Susan Rice et John Prendergast, respectivement assistante du secrétaire d'Etat pour les affaires africaines et spécialiste de l'Afrique de l'Est au sein du Conseil national de sécurité,

prennent le parti de la confrontation avec le Soudan. Constatant «*une menace inhabituelle et extraordinaire à la sécurité intérieure et à la politique étrangère des Etats-Unis*», le président Clinton signe le 3 novembre 1997 l'Executive Order 13067, entérinant de vastes sanctions commerciales. Etat paria associé au mal absolu, le Pays des Noirs survit depuis lors en marge de l'économie occidentale.

Or, dans la foulée du décret présidentiel, «*le laboratoire American Home Products, qui fabrique notamment le médicament Advil, réalisa que les gens mourraient si l'on ne pouvait pas se procurer cette gomme*», se rappelle la lobbyiste Janet McElligott. Un problème similaire se posa avec les boissons gazeuses, pour lesquelles «*la meilleure émulsion est permise par la gomme soudanaise de qualité Hashab. C'est un élément-clé de la recette*», ajoute M. Dennis Seisun, président du cabinet d'études de marché IMR International. A propos de la précieuse sève, l'ancienne secrétaire d'Etat Madeleine Albright avait déclaré : «*C'est le problème, avec les sanctions : on ne voit pas toujours qui pénalise vraiment qui.* »

En l'absence de substituts de qualité comparable, assurer coûte que coûte la continuité des approvisionnements de gomme soudanaise devenait un impératif vital. Fin 1997, le négociant Flowerman contrôle à lui seul l'entrée de l'E 414 sur le territoire américain. Etablies à Morristown, dans le New Jersey, ses affaires risquent d'être sérieusement affectées par le blocus. Mme McElligott, qui conseillait à cette époque l'ambassadeur soudanais à Washington, M. Mahdi Ibrahim Mohamed, raconte comment M. Flowerman se rendit plusieurs fois à dîner dans la résidence privée du diplomate, accompagné de clients aussi divers que American Home Products, Coca-Cola, Fanta...

#### ***Les exportations de gomme résistent aux soubresauts géopolitiques.***

En bon tacticien, M. Mohamed voit alors dans une possible exemption de la gomme la clé qui ouvrirait la voie à d'autres aménagements de l'embargo. Il est convenu de faire monter les industriels américains en première ligne, tandis que le diplomate soudanais leur fournit des informations à l'appui d'un argumentaire bien rodé : des emplois menacés et, surtout, le risque que l'industrie agroalimentaire américaine ne se retrouve à la merci des négociants français de gomme, très actifs au Soudan.

Etablis pour la plupart dans l'Etat du New Jersey, les importateurs américains se tournent naturellement vers le parlementaire de leur Etat, le démocrate Robert Menendez, lequel approche à son tour «*la Maison Blanche, le conseil de sécurité du président Clinton et le département d'Etat*», relate M. Dagne. Mme Albright, qui reçut un appel de M. Menendez, se rappelle lui avoir dit : «*"Comment pouvez-vous demander une exemption sur le Soudan alors que vous vous opposez de manière si véhémente à toute exception à nos sanctions sur Cuba ? [M. Menendez est fils d'immigrés cubains]." Il répondit : "Les emplois."*»

Mise au défi de sa cohérence, passant outre les objections de Mme Albright, l'administration Clinton finit par trancher : en juillet 1998, les Sudanese Sanctions Regulations précisent que l'embargo s'applique à tout... sauf à la gomme arabique. Et, pour figer ce décret dans le marbre de la loi, M. Menendez glisse deux ans plus tard cette exception dans une réglementation fourre-tout relative au commerce international. [...]



# Stratégie nationale : **DOSSIER DE PRESSE**

## **Faire rayonner la haute gastronomie française**

12 Avril 2024 [...]

### Introduction

Berceau de la haute cuisine, la France est mondialement reconnue pour sa gastronomie qui incarne un certain « art de vivre à la française » et fait partie intégrante de l'identité nationale. En 2010, le « repas gastronomique des Français » a été classé comme patrimoine culturel immatériel de l'humanité par l'UNESCO. Cette catégorie, créée en 2003, a pour objectif de protéger les pratiques culturelles et savoir-faire traditionnels, aux côtés des sites et monuments. Le repas gastronomique des français est défini comme « une pratique sociale coutumière destinée à célébrer les moments les plus importants de la vie des individus et des groupes [...]». Il s'agit d'un repas festif dont les convives pratiquent, pour cette occasion, l'art du 'bien manger' et du 'bien boire' ». L'UNESCO ajoute dans sa décision d'inscription que la gastronomie française constitue « l'une des plus belles expressions de la créativité humaine ». Bien plus qu'une simple tradition culinaire, la gastronomie française se doit d'être en mouvement et toujours en quête d'excellence et de renouvellement pour contribuer de manière significative à l'économie nationale et demeurer un élément incontournable du « soft power » français. Elle fait partie des leviers de développement économique et de rayonnement de la France dans le monde et, à ce titre, représente un enjeu diplomatique et culturel structurant.

Malgré sa renommée, la place de la gastronomie française sur la scène internationale n'est pas un acquis et c'est avec créativité, audace et excellence que la haute gastronomie française doit répondre au défi d'une concurrence croissante au niveau international.

Pour répondre à ces enjeux, mieux soutenir les acteurs de notre gastronomie, préserver leur excellence et les accompagner dans leur développement international, le Gouvernement a décidé de déployer une nouvelle stratégie nationale pour faire rayonner la haute gastronomie française.

Cette stratégie ambitieuse est le fruit d'une vision qui vise à préserver, promouvoir et renforcer l'influence et la place de la haute gastronomie française, véritable patrimoine vivant.

### **Une stratégie en 3 axes**

#### **REPERER ET ACCOMPAGNER LES TALENTS DE LA GASTRONOMIE FRANÇAISE**

Afin de renforcer la présence de la France sur la scène gastronomique mondiale et stimuler l'innovation dans l'art de la cuisine, il est indispensable de mieux repérer et accompagner le développement des compétences d'une nouvelle génération de chefs talentueux. Ces talents jouent un rôle essentiel dans la promotion de la culture et de l'excellence française à l'étranger, notamment lors des grands événements et des compétitions internationales de gastronomie.

#### **Créer le Centre national de la Gastronomie française**

Les concours internationaux de gastronomie représentent un levier pour renforcer l'influence culturelle de la France sur la scène mondiale. Pourtant, aujourd'hui la France n'est pas toujours

représentée dans toutes les compétitions culinaires mondiales et, quand elle est présente, elle ne tient pas toujours son rang sur les podiums faute de moyens dédiés.

C'est pourquoi, en lien avec l'ensemble des branches professionnelles et des organismes de formation concernées, un centre d'excellence de la gastronomie française et des métiers de bouche sera créé. A l'instar de Clairefontaine pour le football ou de Marcoussis pour le rugby, l'ambition est de proposer des parcours d'entraînement et de préparation à des compétitions internationales pour les équipes de France des métiers de la gastronomie. Le Centre National de la Gastronomie prendra la forme d'un Groupement d'intérêt Public (GIP), permettant à des partenaires publics et privés de mettre en commun leurs moyens pour un projet national : faire rayonner la gastronomie française, ses formations, ses métiers et ses filières. La convention constituant le GIP sera signée au premier semestre 2024 par l'Etat et ses partenaires.

Alors que d'autres pays soutiennent leurs équipes nationales métier par métier, le projet français est unique car tous les métiers de bouche et du service seront représentés. Outre la valorisation des savoir-faire à la française, l'hybridation entre les métiers et l'innovation seront ainsi au cœur de ce projet collectif.

Le choix des concours auxquels le centre préparera les équipes de France et la constitution des premières équipes de France « espoir » seront arrêtés dès 2024, tous métiers confondus. Les meilleurs experts français seront appelés pour soutenir et accompagner les futurs champions.

#### **Renforcer la présence française dans les salons et évènements internationaux**

De manière distincte et complémentaire des concours et compétitions mondiales, il est important de renforcer la présence des chefs français dans les évènements et rendez-vous internationaux qui sont autant de lieux d'influence et font les tendances de la haute gastronomie de demain. Il s'agit par exemple d'évènements comme le Madrid Fusión Food from Spain qui s'est imposé comme un rendez-vous incontournable de la scène gastronomique mondiale et réunit chaque année les chefs les plus talentueux et avant-gardistes.

### **ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES DU SECTEUR A L'INTERNATIONAL**

#### **Soutenir les chefs français à l'export**

La gastronomie française évolue dans un contexte international de plus en plus concurrentiel. La prééminence des chefs français est en effet de plus en plus challengée par des chefs d'autres nationalités. La cuisine française est en outre relativement peu accessible à l'étranger, ce qui nuit à sa notoriété et à son influence.

Afin de soutenir l'exportation de notre gastronomie et de notre savoir-faire, Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des Entreprises, du Tourisme et de la Consommation, Franck Riester, ministre délégué chargé du Commerce extérieur, de l'Attractivité, de la Francophonie et des Français de l'étranger et Business France lancent un programme d'accompagnement sur mesure pour soutenir le développement de la Haute Gastronomie Française à l'international. L'objectif est d'accompagner en 2024 une première promotion d'une dizaine de chefs français dans leur implantation internationale.

Ce programme cible des marchés sélectionnés pour leur réceptivité à la haute gastronomie française, promettant un nouvel élan et de belles opportunités de croissance pour le secteur. Il s'agit d'une initiative stratégique pour capitaliser sur la dynamique actuelle et renforcer la présence de la gastronomie française sur la scène internationale.

Le processus de sélection des restaurateurs bénéficiaires sera mené par un jury d'experts, tant nationaux qu'internationaux. [...]

Les marchés ciblés prioritairement par ce programme sont l'Arabie Saoudite, la Corée du Sud, les Émirats Arabes Unis, ainsi que Hong Kong / Macao. Ils ont été sélectionnés en fonction de leur potentiel pour accueillir et valoriser la haute cuisine française.

### **RENFORCER LA PROMOTION DE LA « HAUTE GASTRONOMIE » FRANÇAISE**

#### **Promouvoir le savoir-faire culinaire français**

Les plus grandes écoles de cuisine françaises ont déjà un fort ancrage à l'international et proposent à leurs étudiants des parcours de mobilité. Néanmoins, dans un secteur toujours plus concurrentiel, l'accueil d'étudiants étrangers sur les campus français et l'envoi d'étudiants français à l'étranger doit être consolidé.

Afin de renforcer les initiatives visant l'internationalisation des campus préparant aux métiers de la gastronomie et favoriser la diffusion des savoir-faire français, l'Etat encouragera la structuration d'un réseau international des écoles de la gastronomie, pour permettre aux écoles de se référencer auprès des ambassades ou de Campus France et faciliter les partenariats.

De plus, un programme d'accueil des apprenants et des jeunes diplômés de la gastronomie permettra de favoriser le partage et la découverte des techniques et des produits.

### **Relancer les événements « goût de France » dans les ambassades françaises à l'étranger**

L'opération "Goût de / Good France" revient en 2024 pour célébrer la gastronomie française à travers une série d'événements organisés par le réseau diplomatique français sur les cinq continents.

Cette manifestation unique au monde, lancée en 2015 sur une initiative du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et du chef Alain Ducasse, vise à promouvoir la France à travers sa cuisine et à faire découvrir au monde entier l'excellence de ses chefs, de ses artisans et ses produits alimentaires.

À la veille des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, l'édition Goût de / Good France 2024 mettra l'accent sur la thématique « Sport et gastronomie ». Les grands événements sportifs organisés en France sont en effet toujours des moments de convivialité et de valorisation de l'art de vivre à la Française, de sa gastronomie et de ses terroirs. Lors des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, la France ne sera pas seulement le plus grand terrain de jeux des athlètes du monde entier, elle sera également la plus grande table du monde. À l'instar des sportifs de haut-niveau, les chefs et les artisans français visent eux-aussi l'excellence, la perfection du geste, grâce à une exigence sans faille. Que ce soit en brigade ou en équipe, les valeurs du collectif et de solidarité sont là-aussi essentielles pour que le résultat soit parfait dans l'assiette ou sur le terrain.

Au programme de cette 7<sup>e</sup> édition : des ateliers de cuisine pour adultes et enfants, des démonstrations de chefs et artisans, des projections de films ou conférences autour de la gastronomie française, des marchés d'artisanat français, des dégustations de produits et de vins, des menus Goût de / Good France dans des restaurants partenaires...

Que ce soit en Espagne, aux Etats-Unis avec un festival de 4 jours à New-York, mais encore au Honduras, à Malte, au Royaume-Uni, au Vietnam, au Tadjikistan, au Kenya et dans plus d'une quarantaine de pays, la gastronomie française sera mise à l'honneur sur toute la planète.

### **Soutenir des événements promouvant la haute gastronomie auprès du grand public**

La promotion et le rayonnement de la haute gastronomie doit aussi passer par des actions pour en « démocratiser » l'accès. L'excellence de notre gastronomie doit rester accessible à tous.

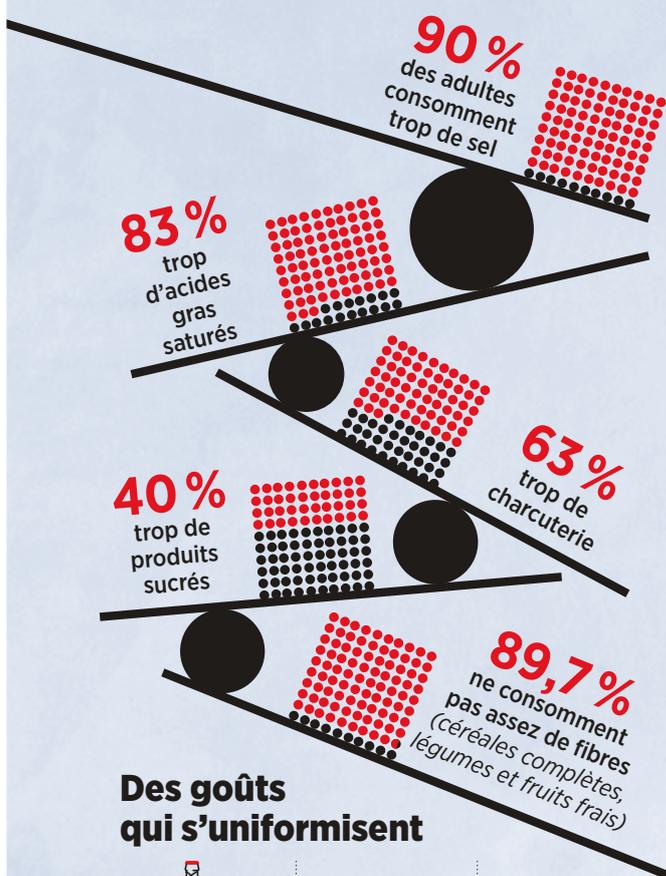
A l'occasion des Jeux Olympiques, Atout France, sous l'égide d'Olivia Grégoire, Ministre déléguée chargée des Entreprises, du Tourisme et de la Consommation, a lancé un appel à manifestation d'intérêt pour soutenir les initiatives locales visant à promouvoir et rendre accessible au plus grand nombre, via une approche événementielle innovante, l'excellence gastronomique française.

Sur les 130 projets déposés, 22 lauréats ont été retenus par le comité de sélection. Ces projets ont pour objet l'organisation d'événements gastronomiques accessibles à tous durant la période de célébration des jeux olympiques. [...]

**NUTRITION**

# La France : l'illusion d'un pays protégé par ses traditions gastronomiques et agricoles

## Un repas trop salé, trop gras et trop sucré



## Des goûts qui s'uniformisent

 <p>La bouteille de <b>Coca-Cola</b> de 1,75 l est le <b>3<sup>e</sup> produit le plus acheté</b> en 2023 en France</p>	 <p>Le produit le plus acheté en dehors des boissons est le pot de <b>Nutella</b> de 1 kg</p>	 <p>En Europe, la France détient le record du nombre de restaurants <b>McDonald's</b>, (environ 1560)</p>
--	--	--

Sources : Santé publique France 2019 ; baromètre de NielsenIQ, mars 2024 ; site web McDonald's 2024.

## Une offre alimentaire de qualité nutritionnelle médiocre



Sources : S. Davidou et al., *Food Funct.*, 11, 2026, 2020; étude Oqali, mars 2024; enquête CLCV, octobre 2020.

## Une fracture alimentaire qui se creuse

 <p><b>16%</b> des Français ne mangent pas à leur faim</p>	 <p>Près de <b>la moitié</b> des étudiants en précarité alimentaire</p>	<p>Plus de <b>1,5</b> milliard d'euros le coût de l'aide alimentaire en France</p> 
---	---	--

Sources : M. Bléhaut et M. Gressier, Crédoc, N°CMV329, mai 2023; A. Bazin et É. Bocquet, Rapport du Sénat n° 34 (2018-2019); Observatoire national de la vie étudiante repères, 2023.

## Le métissage déchaîne la gastronomie

Par Anne Chemin, Le Monde, 26 juillet 2019.

***Si certains défendent l'identité nationale jusque dans l'assiette, l'art culinaire n'est jamais figé dans le marbre des traditions. Bien au contraire : cette immense collection de signes qu'est la cuisine ne cesse de s'enrichir des pratiques importées par les populations immigrées.***

Sourcil froncé, Robert Ménard déambule gravement dans les rues du quartier historique de Béziers (Hérault). Sa mine est sombre et son propos solennel : le maire d'extrême droite s'apprête à lancer une croisade contre les kebabs. « *On est dans un pays de tradition judéo-chrétienne, c'est difficile pour certains mais il faut s'y faire*, avertit cet élu proche du Rassemblement national devant les caméras de France TV. *A un moment, dans le domaine alimentaire, je trouve que trop de kebabs, c'est trop. Si demain des kebabs veulent s'installer dans le centre-ville, je dirai non.* » Ces commerces, conclut le maire de Béziers, « *n'ont rien à voir avec notre culture* ».

Le reportage date de 2016, mais le discours de Robert Ménard n'a guère changé depuis : cet apôtre de la pureté alimentaire défend l'identité nationale jusque dans l'assiette. Une posture que le sociologue Jean-Pierre Corbeau a baptisée le « *paradigme du refus* ». « *Celui-ci consiste à rejeter la nouveauté, à nier tout changement dans la production des nourritures, à proscrire toute transgression du répertoire alimentaire*, écrit-il dans un article publié en 2000 dans la *Revue des sciences sociales*. *On fuit l'altérité et on incorpore des aliments totems permettant le maintien d'une filiation identitaire avec un patrimoine immobile qui voguerait – comme par magie – sur la crise, tel le radeau de la Méduse sur les flots tourmentés !* »

« *Les gastronomies ne constituent pas les vestiges d'un patrimoine à préserver* », estiment les historiens Dora De Lima et David Do Paço.

Ce fol espoir de pureté relève du « *mythe* », estime Jean-Pierre Corbeau. L'alimentation, en effet, n'est jamais figée dans le marbre des traditions : elle combine sans cesse l'ancien et le nouveau, le proche et le lointain, le familier et l'étranger. « *Les gastronomies ne constituent pas les vestiges d'un patrimoine à préserver*, estiment les historiens Dora De Lima et David Do Paço dans un article publié en 2012 dans la revue *Hypothèses*. *Bien au contraire, elles dépendent des conditions matérielles d'une société, des stratégies sociales des groupes qui les pratiquent, tout comme elles accompagnent les transformations de ces sociétés et de ces groupes. Aussi, elles ne peuvent être envisagées sans considération des métissages qui les traversent, les structurent, les maintiennent et les transforment.* »

### Identité culturelle et imaginaire social

La France, qui est le plus vieux pays d'immigration d'Europe, en sait quelque chose. A la fin du XIX<sup>e</sup> et au début du XX<sup>e</sup> siècle, des centaines de milliers de Belges, d'Italiens et de Polonais ont franchi les frontières pour venir travailler dans l'Hexagone. Ils ont été suivis, après la seconde guerre mondiale, par des dizaines de milliers de Portugais, de Maghrébins, d'Asiatiques et de Subsahariens. En cent cinquante ans, les mouvements migratoires ont fait de ce pays « *l'Amérique de l'Europe* », selon le mot de l'historien Gérard Noiriel. « *A de rares interruptions près, comme la crise des années 1930 ou le choc de 1974, la France, depuis le*

*milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, a toujours accueilli des migrants* », résume François Héran, professeur au Collège de France.

Ce brassage sans équivalent en Europe a profondément imprégné les traditions culinaires. Dans le sillage des nouveaux arrivants, les Français ont découvert de nouvelles saveurs, de nouvelles épices, de nouveaux modes de cuisson. Les immigrés, de leur côté, ont abandonné certains savoir-faire, amendé certains rituels, adapté certaines recettes. « *Les mobilités humaines réorganisent les modèles alimentaires*, observe la sociologue Laurence Tibère, chercheuse à l'université Toulouse-Jean-Jaurès. *Lorsque ces influences réciproques donnent naissance à une culture alimentaire commune, comme à La Réunion, on parle de créolisation. Quand les traditions se côtoient, s'entrecroisent et s'hybrident, comme en France métropolitaine, on parle plutôt de métissage.* »

En franchissant les frontières, les immigrés apportent dans leurs bagages la culture alimentaire de leur pays d'origine. Façonnée par les traditions sociales et les croyances religieuses, leur idée du « bon » ne correspond pas forcément à celle du pays d'accueil : à travers les manières de tables, les pratiques de cuisson ou les interdits alimentaires, chaque peuple exprime son identité culturelle et son imaginaire social. La cuisine est une immense collection de signes – un « *langage dans lequel une société traduit inconsciemment sa structure, à moins qu'elle ne se résigne, toujours inconsciemment, à y dévoiler ses contradictions* », résumait l'anthropologue Claude Lévi-Strauss en 1965.

### **Evolution des « plats totems »**

Ce langage culinaire est si profondément gravé dans l'esprit de tous les « mangeurs » du monde qu'il ne disparaît pas du jour au lendemain. Aujourd'hui comme à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, les immigrés qui s'installent en France tentent de perpétuer les rituels alimentaires de leur pays d'origine. « *Les sociologues et ethnologues qui se sont intéressés à ces populations ont montré que les caractéristiques alimentaires se maintiennent alors même que d'autres éléments pourtant centraux de l'identité, comme l'usage de la langue, ont disparu* », observent les chercheurs Jean-Pierre Poulain et Laurence Tibère dans un article publié en 2000 dans la revue *Bastidiana*.

Les pratiques culinaires des immigrés ne sont pas pour autant figées. Qu'ils soient vietnamiens, marocains, chinois, ivoiriens ou togolais, les nouveaux arrivants ne se contentent pas de reproduire à l'identique les recettes de leur pays : ils les réinventent. « *Ils souhaitent transmettre à leurs enfants ce qu'Emmanuel Calvo appelle les "plats totems", qui sont porteurs de la mémoire familiale*, explique Laurence Tibère. *Les Maliens et les Marocains cuisinent ainsi des mafés ou des tajines qui ressemblent à ceux du pays. Mais avec le temps, leurs pratiques, insensiblement, évoluent : les ingrédients et les modes de cuisson changent.* »

Dans la région du Bordelais, l'anthropologue Chantal Crenn, qui publie à la rentrée *Migrants et nourritures en circulation entre Afrique et Europe : un continuum* (Karthala), a observé de près ce jeu avec les mémoires et les identités. « *Pour les Malgaches qui vivent en France, le riz reste le plat totem du repas, mais il n'est pas préparé comme à Madagascar : il cuit dans un rice cooker et il accompagne des denrées nouvelles comme les pâtes ou les pommes de terre*, explique-t-elle. *Le plat totem des Marocains, le tajine, reste, lui aussi, un marqueur identitaire fort. Mais quand il est cuisiné en France, il s'ouvre à une plus grande diversité de légumes et de viande : le tajine à la courgette de Meknès s'enrichit de pois chiches ou de pommes de terre et le veau remplace parfois le mouton.* »

## Transformation des modes de vie

Ces métissages sont liés à la perméabilité des cultures alimentaires, mais aussi à la transformation des modes de vie. *« Les femmes des travailleurs immigrants du Bordelais qui sont arrivées en France dans le cadre du regroupement familial, dans les années 1980 ou 1990, avaient de fortes pratiques culinaires, poursuit Chantal Crenn. Mais au fil des ans, elles ont renoncé à certaines d'entre elles : elles ne pouvaient plus faire mijoter des plats pendant de longues heures, comme au Sénégal ou au Maroc, car beaucoup travaillaient – les Marocaines comme ouvrières agricoles dans les vignes, les Sénégalaises comme femmes de ménage dans les bureaux. Avec l'arrivée des enfants, ces dernières ont en outre été formées, dans les centres sociaux, à nourrir leurs bébés “à la française” – avec des petits pots et du lait en poudre. »*

Avec le temps, certaines de ces femmes ont fini par adopter une « double cuisine ». *« Le week-end, elles préparent longuement des plats traditionnels comme le maffé, le thiéboudiène ou le tajine, qui perpétuent le savoir-faire des pays de départ, détaille l'anthropologue. Pendant la semaine, elles optent en revanche pour une cuisine qui tolère des écarts à la “tradition” : elles servent des “aliments standards” tels les frites, les pâtes ou les pizzas si l'un des enfants adore ça, ou des desserts peu sucrés si l'un des membres de la famille est diabétique. Au sein d'un même foyer, la cuisine “héritée” – mais déjà transformée depuis le pays de départ – côtoie des emprunts français. »*

*« L'alimentation est un terrain où s'opèrent des jeux d'appropriation et de rapprochement des cultures »*, résume la sociologue Marie Etien.

Dans un projet de thèse sur la cuisine des Marocains vivant en Midi-Pyrénées, la doctorante en sociologie Marie Etien analyse ces métissages culinaires comme une *« une volonté de créer des liens et d'aller vers l'autre »*. *« L'alimentation est un terrain où s'opèrent des jeux d'appropriation et de rapprochement des cultures »*, résume-t-elle. Les femmes marocaines préparent ainsi des hamburgers avec... des feuilles de brick : la viande, la salade, la tomate, les oignons et le fromage sont enrobés dans cette pâte extrêmement fine qui permet, au Maroc, de préparer la pastilla. D'autres cuisinent des « gratins keftas » : ce hachis parmentier à la mode maghrébine incorpore des boulettes de viande mélangée à des épices et des condiments.

## L'influence de la « seconde génération »

Les populations issues de l'immigration s'approprient également les plats emblématiques de la cuisine traditionnelle et les transforment. *« Certaines ont, par exemple, inventé une nouvelle recette, le bœuf bourguignon sans vin ! raconte la sociologue Laurence Tibère. Ils remplacent l'alcool, interdit par la religion musulmane, par du jus de raisin ou du vinaigre balsamique et ils rajoutent en fin de cuisson quelques feuilles de coriandre. Ils cuisinent un plat traditionnel français en inventant une nouvelle recette. C'est un processus que l'on observe pour d'autres plats de la culture majoritaire : les immigrés ajoutent des épices, modifient l'aliment de base ou changent le mode de cuisson. »*

Pour Jean-Pierre Poulain et Laurence Tibère, ce compromis inventif entre les traditions du pays d'origine et les rituels du pays d'accueil se lit également dans l'invention du restaurant vietnamien « à la française ». On y mange des bobuns avec des baguettes, mais en France la nourriture est servie à la portion, et non, comme au Vietnam, dans un plat commun. Le riz, qui constitue là-bas le plat principal, est devenu en France une simple garniture, et le repas s'est adapté au modèle diachronique français – entrée, plat, dessert. *« En Asie, la mise en commun*

*prend en revanche le pas sur l'individu et le partage se donne à voir tout au long du repas, précisent les deux chercheurs. S'il existe bien quelques règles de succession des plats, ceux-ci sont, pour la plupart, servis simultanément. »*

S'il est un lieu où ces métissages culinaires sont particulièrement présents, c'est au sein de ce que l'on a appelé la « seconde génération ». Les jeunes qui ont grandi en France ont fréquenté les cantines scolaires, mangé au « McDo », dîné chez des copains français. Ces adolescents parviennent le plus souvent à mêler harmonieusement « *les références identitaires de leurs deux cultures* », comme le constate la socioanthropologue Hatice Soytürk dans une enquête consacrée aux habitudes alimentaires des jeunes Turcs d'Alsace. « *Ils tiennent à la "tradition culinaire" turque tout autant, voire plus, que leurs parents ou grands-parents, sans que cela soit en concurrence avec la consommation d'aliments propres à leur classe d'âge.* »

## **Une culture vivante**

Cette « seconde génération » se distingue cependant de ses aînés en intégrant peu à peu les valeurs individualistes et nutritionnelles de la société française : elle est plus tolérante aux régimes végétariens et plus sensible aux discours sur la santé. « *Dans le Bordelais, les jeunes femmes dont les parents sont venus du Maroc, d'Algérie ou de Tunisie ont intégré les normes esthétiques et sanitaires de la société majoritaire : elles savent qu'en France, la corpulence est associée à l'absence de maîtrise de soi, souligne Chantal Crenn. Elles adaptent donc les recettes de leur grand-mère : pour prendre en compte les impératifs de santé et de ligne, elles diminuent les quantités d'huile ou de sucre, optent pour la cuisson à la vapeur et réduisent les portions, tout en valorisant leur héritage d'une cuisine méditerranéenne très à la mode.* »

Dans ces va-et-vient entre cuisines d'ici et d'ailleurs, on est loin, très loin, des fantasmes de pureté alimentaire agités par Robert Ménard : la cuisine ne se laisse pas facilement embrigader dans le combat identitaire. L'Unesco l'a bien compris : en 2010, elle a inscrit au patrimoine culturel immatériel de l'humanité non pas la « gastronomie française », qui supposerait la fixité des traditions, mais le « repas gastronomique des Français » – lequel propose, écrit l'Unesco, un corpus de recettes « *qui ne cesse de s'enrichir* ». On ne saurait mieux dire que la cuisine est une culture vivante ouverte à l'altérité. Comme le conclut l'anthropologue Françoise Sabban dans un article publié en 2012 dans la revue *Hypothèses*, « *les pratiques alimentaires sont des lieux visibles de la rencontre entre les peuples* ».

## Manger est un acte agricole, produire est un acte gastronomique

Carlo Petrini sociologue italien, militant contre la malbouffe et fondateur du mouvement international Slow Food, pense que le consommateur doit se redéfinir comme coproducteur. Partie de presque rien, l'association qui a pour symbole l'escargot compte plus de 90000 adhérents.

Interview d'Eliane Patriarca publié le 13 janvier 2007 sur le site en ligne de Libération

*En 1989, vous fondez une association d'oenogastronomes contre la malbouffe. Aujourd'hui, Slow Food prône une alimentation « bonne, propre et juste », et défend une nouvelle agriculture, soucieuse d'écologie et... des paysans. Elle regroupe 90 000 adhérents dans le monde.*

En 1986, nous avons créé une association en réaction à l'ouverture par McDonald's d'un fast-food piazza di Spagna, au cœur de Rome. Trois ans plus tard, à Paris, nous l'avons transformé en un mouvement international, baptisé Slow Food. Le manifeste fondateur, signé par les représentants de dix-sept pays, dénonçait les dérives de la malbouffe contre lesquelles nous prônions la préservation des terroirs, des patrimoines gastronomiques. Trois de nos valeurs étaient déjà présentes : le droit au plaisir alimentaire, la défense de la culture des terroirs contre l'uniformisation des saveurs, et la « lenteur », comme antidote à la frénésie, à la voracité obsessionnelle. Nous ne voulions pas engager un combat frontal et vain avec les multinationales qui passent les saveurs au rouleau compresseur, mais proposer des alternatives. Plutôt que détruire des McDo, sauvegarder les tables et produits menacés, publier des guides des *osteria*, des bistrotts, éduquer au goût.

*Dans les années 90, Slow Food commence à s'intéresser à la biodiversité.*

Cela devenait de plus en plus étrange de parler du plaisir d'un plat alors que l'on assistait à sa disparition. Chaque jour, dix espèces de fruits ou de légumes, dix races animales, sont perdues. Depuis le début du XXe siècle, les impératifs industriels de l'agrobusiness ont abouti à la perte de 75 % de la diversité des produits agricoles. Moins de trente végétaux nourrissent aujourd'hui 95 % de la population mondiale. L'agriculture industrielle développe des monocultures aussi productives que vulnérables : rappelons-nous l'helminthosporiose, ce champignon qui a détruit les récoltes de maïs dans les années 70 aux Etats-Unis. C'est grâce à des variétés autochtones de maïs qu'on a pu relancer la production et éviter le désastre. En 1996, nous avons lancé l'Arche du goût. L'objectif est d'inventorier les produits et espèces menacés : fruits, légumes, fromages ou races animales... Plus de 750 produits sont aujourd'hui catalogués, comme le maïs blanc criollo argentin, le miel de thym des monts Ibléens en Sicile, ou la volaille Coucou de Rennes.

*Avec les Sentinelles du goût, vous intervenez directement dans l'économie ?*

L'Arche, c'est la phase intellectuelle du processus, mais les produits continuaient à disparaître. Alors nous avons créé en 1999 les *presidi* (1), traduit en français par « sentinelles ». Ce sont des projets de sauvegarde ou de relance de petites productions artisanales. Cela peut aussi être une zone comme les vergers d'agrumes du Gargano, ou une culture locale, comme la cuisine de deux petites régions toscanes issue du métissage entre cuisine juive et traditions régionales. Nous fournissons aux derniers exploitants des outils de promotion, un stand au Salon du goût de Turin, un appui auprès des médias, du matériel ou des fonds. Nous avons énormément appris de ces projets de microéconomie qui se sont multipliés : il y a deux cent cinquante Sentinelles en Italie, trois cents dans le monde. Cela commence en France avec une dizaine de produits comme le porc noir de Bigorre ou les lentilles blondes de Saint-Flour. [...]

*Bon, propre et juste, c'est le titre de votre dernier livre. Quelle est cette « nouvelle gastronomie » ?*

Bon, parce que rien ne dit que nous sommes obligés de mal manger ! La mémoire gastronomique italienne avait un nom, la faim. Mais les femmes créaient des chefs-d'œuvre simples et bons avec l'économie de subsistance. Propre, parce que l'on ne peut produire de nourriture en stressant les écosystèmes, en saccageant l'environnement et en détruisant la biodiversité. Juste, parce que le paysan doit être rémunéré ; si on veut que les jeunes restent ou retournent à la terre, dans nos pays, ils doivent être valorisés. On ne peut parler de nourriture sans parler d'agriculture et d'écologie. Le *Millenium Ecosystem Assessment Report* de 2005 rend compte de la réduction massive de la biodiversité sur la planète, de la dégradation et de la désertification des sols. Principal responsable : les systèmes agricoles industrialisés et les méthodes aberrantes de production de la nourriture, qui sont aussi à l'origine d'une nourriture uniformisée mais encore de la disparition des paysans : en Italie, ils ne représentent plus

## Texte 10

que 4,5 % de la population dont plus de la moitié a plus de 60 ans. Dans dix ans, combien seront-ils ? C'est un métier qui a été abandonné parce que trop dur, trop exigeant... Mais, sans les paysans, ce ne sera plus possible de garantir la qualité alimentaire. Il faut rendre ce métier gratifiant, créer des conditions de vie différentes, autorisant des loisirs, pour créer une nouvelle génération de paysans. Un gastronome-gourmet qui ne se soucie pas d'environnement est stupide, mais un écolo qui n'a pas de sensibilité gastronomique est triste, et qu'importe qu'un produit soit bio s'il n'est pas bon ?

*Le plaisir alimentaire reste la priorité ?*

L'alimentation est au centre de la vie et, pour vivre bien, il faut élargir ses sources de plaisir. En gastronomie, la monoculture alimentaire annule les plaisirs du palais, car elles les rendent habituels. Oublier cela, c'est se faire complice de l'industrialisation de la production alimentaire qui a remis la qualité au second plan, ou l'a assimilé à des concepts différents tels que la sécurité sanitaire. Mais le plaisir alimentaire est mal vu. Quand on a fondé notre association en 1986, l'intelligentsia de gauche, pour laquelle la gastronomie est un vice bourgeois, un signe d'épicurisme dégénéré, nous considérait comme des gros goinfres. Tandis que la droite et la presse spécialisée, pour lesquelles la gastronomie est réservée à une élite, se défiaient de ces gauchistes incompetents.

C'est sur ce thème que vous collaborez avec la FAO, l'Organisation des Nations unies pour la nourriture et l'alimentation ?

Pour s'être concentrée sur la sécurité alimentaire, sur la quantité et avoir cru que le plaisir ne pouvait aller qu'avec l'abondance, la FAO a fait une erreur historique. Aujourd'hui, on produit de la nourriture pour douze milliards de personnes, nous sommes plus de six milliards, mais 850 millions souffrent de malnutrition et de faim, et plus d'un milliard sept cents millions sont obèses. Depuis 2004, Slow Food collabore avec la FAO pour promouvoir les agricultures gastronomiques locales qui préservent la biodiversité et procurent un plaisir organoleptique et intellectuel, car elles sont le symbole d'une identité. [...]

*« Manger est un acte agricole », vous reprenez souvent ces mots de Wendell Berry, le poète-paysan du Kentucky.*

Oui et j'ajoute : « Produire est un acte gastronomique ». Comme consommateurs, nous conditionnons l'agriculture, puisque nous représentons la fin du processus qui part de la terre. Par nos choix, nous influons sur la production, la gestion de l'environnement et le sort des communautés rurales. Or, si la consommation continue dans sa tendance actuelle, nous courons au désastre. Croire que les ressources de la terre sont infinies, qu'on peut encore gaspiller, c'est illusoire. Il est urgent de passer à une nouvelle agriculture en tenant compte des erreurs du passé. Néanmoins, le désastre environnemental ne résulte pas seulement de ceux qui produisent, mais aussi de ceux qui consomment de façon irresponsable : nous, consommateurs, sommes complices du crime environnemental. L'acte de se nourrir fait partie intégrante de la filière de production. Le consommateur doit donc se redéfinir comme coproducteur. Et l'agriculteur responsable doit avoir à cœur le goût du produit.

*Selon vous, la clé de ce changement, c'est la « relocalisation » de l'économie ?*

Le message issu des 1 700 communautés rurales réunies à Turin, c'est l'intérêt des économies locales : le cordon ombilical entre producteur et consommateur n'y a pas été coupé par l'industrialisation de l'agriculture et la grande distribution. C'est une économie que nous, pays du Nord, avons jetée aux orties parce que nous la considérons comme une économie de « pauvres », de subsistance, et sans avenir. Désormais, il est clair que c'est l'économie de marché qui est en bout de course. Le temps est venu de dire que les « arrogants des multinationales » n'ont pas de futur. Il faut relocaliser les productions agricoles, raccourcir le trajet du lieu de production à l'assiette. L'économie locale est la seule qui permettra de réaliser ce qui devient un oxymore : le développement durable.

[...]

(1) *Presidio* signifie groupe de défense et *presidiare*, protéger, aider.

# À la table de l'Élysée

En 2013, Bernard Vaussion prenait sa retraite du poste de chef des cuisines du palais de l'Élysée, où il était entré comme commis sous la présidence de Georges Pompidou. Durant son parcours, le chef Vaussion a régulièrement pris des clichés de ses réalisations qui témoignent de la production classique d'une « maison bourgeoise ». Une partie de cette collection découverte et sélectionnée par l'historienne Marion Tayart de Borms a fait l'objet en 2023 d'un don à la BnF.

Originaire de Sologne, Bernard Vaussion s'inscrit dans l'histoire de la profession des maîtres queux. Sa mère occupe un poste de cuisinière-intendante au château des Madères dans le Loiret où son père était régisseur. À l'âge de 14 ans, il devient apprenti chez le pâtissier du village – une formation clef pour comprendre la place éminente qu'occuperont le volume, les couleurs et la brillance dans la suite de sa carrière. Après son service militaire, il travaille principalement en ambassade avant d'entrer à l'Élysée où la brigade n'est alors composée que de neuf personnes, contre un peu plus d'une vingtaine aujourd'hui.

## La documentation inédite d'un chef du palais de l'Élysée

La particularité de la collection de photographies de Bernard Vaussion tient dans sa durée, sa régularité et son unité. On y trouve à la fois l'ensemble des entrées, plats et desserts servis, tout comme l'indication de la finalité des repas (dîner de collaborateurs, dîner d'État, dîner officiel ou encore repas de chasse). À travers les divers exemples de réalisations, on perçoit tout d'abord les évolutions techniques mises en œuvre dans l'élaboration des plats. Les farces de poissons ou de viandes sont ainsi, les premiers temps, préparées au pilon : on concasse les fibres, on martèle et on passe au tamis de crin et de soie – pratique classique depuis le XVI<sup>e</sup> siècle. On remarque également le renouvellement permanent des menus, au contraire d'une carte de restaurant que l'on fait tourner plusieurs semaines, et enfin, la réutilisation des plats servis, les quantités étant calculées

pour être proposées aux personnels le lendemain et le surlendemain.

## Le maître queux, ingénieur des arts culinaires

Parmi la soixantaine d'ektachromes donnés à la BnF, plusieurs évoquent l'histoire des arts culinaires français,

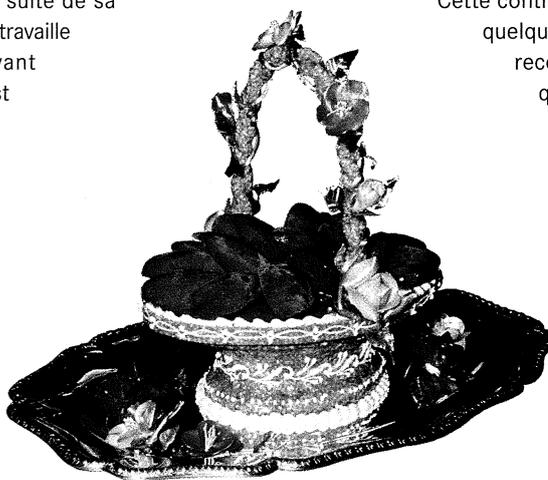
comme le travail du sorbet, connu depuis Henri IV. D'autres révèlent des plats brillants, avec des gelées fines au Sauternes ou des sauces chaud-froidées qui évitent qu'une pièce froide ne se dessèche et ne soit désagréable au palais. L'approvisionnement de la table présidentielle impose une régularité constante dans le volume des produits.

Cette contrainte réduit les fournisseurs à quelques établissements et écarte le recours à des producteurs directs qui ne peuvent répondre à une commande rapide de grande ampleur, car le planning de préparation n'excède pas trois semaines. La confection d'un repas peut durer de trois jours à une semaine étant donné les temps de séchage des pièces de décoration (paniers en pâte à nouilles, pastillage). Par ailleurs, l'une des difficultés principales tient à la distance entre les cuisines et les salles où la table est dressée.

Longtemps la table présidentielle voit les plats maintenus au chaud dans des bacs de polystyrène, et ce n'est que sous le quinquennat de Nicolas Sarkozy que le chef Bernard Vaussion obtient la mise en place d'étuves relais.

Documentant précisément presque cinq décennies de production culinaire, la collection de photographies de Bernard Vaussion permet de prendre la mesure de la transmission plurisécularisée d'une haute cuisine passée de l'aristocratie de l'Ancien Régime aux élites politiques contemporaines. ©

Marion Tayart de Borms



Au centre  
Dessert de sorbet aux  
framboises dans  
panier de nougatine,  
servi lors d'un dîner  
d'État sous la  
présidence de Valéry  
Giscard d'Estaing  
Photo Bernard Vaussion,  
1974-1981  
BnF, Estampes et  
photographie