

LA CUISINE FRANÇAISE EN CHINE

Traduction, appropriation et assimilation d'une culture gustative

[Aël Théry](#)

Presses universitaires de Grenoble | « [Politiques de communication](#) »

2015/2 N° 5 | pages 35 à 82

ISSN 2271-068X

ISBN 9782706124204

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-politiques-de-communication-2015-2-page-35.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour Presses universitaires de Grenoble.

© Presses universitaires de Grenoble. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

La cuisine française en Chine

Traduction, appropriation et assimilation d'une culture gustative



Aël Théry

Doctorante en sociologie, EHESS, Paris

Alors que les filières professionnelles, dont la restauration, ne sont guère valorisées par le système éducatif français, l'image des cuisiniers et, plus globalement, de la cuisine dans les médias est déroutante. Si une majorité de parents préférerait voir leurs enfants devenir médecin ou avocat plutôt que cuisinier, le statut de ce dernier est pourtant reconnu, doté d'un certain prestige, au point de faire de lui un véritable artiste du piano.

La gastronomie en France a aujourd'hui le statut de bien culturel, notamment depuis l'inscription du repas français au patrimoine immatériel de l'Unesco. La cuisine s'apparente à un art auquel on confère vertus esthétiques et techniques. Ces qualités fondent la croyance dans le caractère exceptionnel de la cuisine française et de son identité singulière, teintée d'une pointe d'ethnocentrisme. Comme le souligne Françoise Sabban (2012), la volonté de révoquer « la conception traditionnelle (de la gastronomie française), étroite et élitiste, dictant un idéal de pratiques et de goûts et faisant de cet idéal un outil de distinction sociale », se heurte à sa glorification et à la construction d'une imagerie frôlant le folklorique. Déjà palpable en France à travers l'essor d'émissions, de concours, de magazines, etc., cette idéalisation est davantage exacerbée à l'étranger.

La réception d'une cuisine importée

Le système culinaire français s'apparente à une marchandise convertible en bien exportable hors du territoire national. S'il peut être défini en tant qu'ensemble de techniques et de valeurs, reflet d'un terroir et de connaissances, il n'est pas pour autant figé. Il évolue selon les tendances de l'époque mais également selon l'environnement dans lequel il est exercé. On sous-entend qu'une cuisine – corrélée à son mode de production – ne prend sens qu'à l'aune du discours produit autour d'elle dans son lieu d'exercice. Il s'agit dès lors de s'intéresser aux moyens mis en œuvre pour la construction de cet imaginaire. Comment la cuisine française est-elle perçue et exercée en dehors de son contexte d'origine et en quoi le contexte culturel de sa réception joue-t-il un rôle déterminant ? À ce titre, il importe d'analyser les conditions de délocalisation de la cuisine française et ceux de sa réception dans un contexte tout aussi particulier, la Chine de Shanghai.

Longtemps éloignée du domaine des sciences sociales, l'alimentation au sens large devient une thématique anthropologique à partir des travaux Claude Lévi-Strauss (1964), Mary Douglas (1966) Jack Goody (1985) et Michel de Certeau (1990). Plus récemment, de nombreux travaux ont été publiés autour de l'alimentation, comme en témoignent les revues *Anthropology of Food* ou *Terrains* – avec les travaux de Noellie Vialles (1988) et son article *La viande ou la bête* – ou encore *Techniques & Cultures* – avec les travaux de Marie Noëlle Chamoux (2010) sur la transmission des savoir-faire. Si l'alimentation est un domaine qui suscite l'intérêt en sciences sociales, peu de recherches ont été dédiées au domaine strict de la cuisine en milieu professionnel. À l'initiative de l'école de Chicago, elle rentre dans le domaine de la sociologie par le biais de la sociologie du travail avec des chercheurs comme Gary Alan Fine (1995) qui analyse les relations de hiérarchie et leurs implications au sein des cuisines. On peut également citer Sylvie-Anne Mériot (2002) et son passionnant travail en cuisine de restauration collective ainsi que la thèse de Vanina Leschziner (2007) traitant de la reconnaissance des chefs en haute cuisine à New York.

Les analyses proposées abordent, quant à elles, le milieu de la cuisine par le biais des transferts de savoir-faire culinaires dans un environnement étranger. Les manières de transmettre un métier sont représentatives de la perception qu'on en a, en termes de techniques, de goûts mais aussi de

valeurs colportées propres à un type de cuisine. S'il importe de prendre d'abord en considération le positionnement de la cuisine française sur le marché shanghaien et dans les médias chinois, c'est l'objectivation de la formation au métier à Shanghai qui constituera la porte d'entrée pour saisir les mécanismes de diffusion et d'appropriation d'une cuisine à l'étranger. Les analyses s'appuieront sur une enquête de terrain (Glaser B., Strauss A., 1967) réalisée dans un établissement de formation culinaire français – l'Institut Français de Cuisine (IFC) de Shanghai –, complétée par des entretiens réalisés entre juillet 2013 et décembre 2014. L'objectif n'est pas de comparer les deux populations – chinoise et française – mais de mieux faire ressortir les spécificités de l'intégration d'une école de cuisine française en Chine à travers la réception et l'appréhension des différents publics. Enfin, cet article étendra la réflexion aux relations établies dans ce contexte de délocalisation culinaire entre la cuisine, le cuisinier et le consommateur. S'il existe en France un clivage imaginaire entre la représentation du cuisinier éreinté, nettoyant les fourneaux à minuit et l'artiste toqué en veste immaculée, cette même dichotomie s'observe-t-elle à l'étranger? Quelle image la clientèle étrangère a-t-elle de la cuisine française et qu'attend-elle de ses chefs? Par ricochet, quelles qualifications leur sont demandées lorsqu'ils viennent exercer en Chine? Comment transmettent-ils à des cuisiniers locaux leur savoir-faire – pratiques et discours – et quelles places occupent-ils parmi les professionnels?

D'images en imaginaires

À propos des chefs : éléments comparatifs

Le patrimoine littéraire et culinaire français est vaste de Brillat-Savarin jusqu'à aujourd'hui.¹ Pour cerner l'image des chefs dans la période contemporaine, les sources ne manquent pas. Il suffit de feuilleter les nombreuses revues professionnelles et amatrices, les guides – des plus célèbres *Michelin* et *Gault-et-Millau* au plus branché *Fooding* –, les articles de critiques culinaires, les émissions – *Top-chef*, *Master-chef*, *Cauchemar en cuisine...* –

1. Pour une histoire de l'alimentation française, se référer pour ne citer que quelques auteurs aux travaux de Bruno Laurioux (1989; 2011), Jean-Louis Flandrin et Montanari Massimo (1996; 1999), Michel Bonnot (2013), Jean-Paul Aron (1967; 1973), Georges et Germaine Blond (1960).

ou des séries comme *Chefs*. En France, le zoom est souvent mis sur le cuisinier qui forge sa réputation sur sa personnalité en tant qu'individu autant que sur celle de sa cuisine. Antonin Carême le roi des chefs et le chef des rois, Michel Guérard l'avant-gardiste, Paul Bocuse le « pape de la gastronomie »², Alain Ducasse le collectionneur d'étoiles, Alain Passard le magicien du légume, Thierry Marx le chef alternatif... sont des noms familiers pour les amateurs de gastronomie mais aussi pour un public plus large. La profession de cuisinier jouit en ce sens d'un statut privilégié au sein du corps des métiers de l'artisanat au point d'emprunter certains traits à celui d'artiste, du moins lorsqu'on atteint la position de chef étoilé.

En Chine également, certains chefs ont marqué l'histoire comme Yiya, cuisinier de cour sous le royaume des Zhou de l'est (770-256 av. J.-C.), considéré comme un grand esprit créatif, et un créateur culinaire. La légende veut qu'il soit allé jusqu'à tuer son propre fils pour le donner à manger au duc (Anderson E.N., 2014). D'autres poèmes et récits tirés d'annales ou de traités d'agriculture sont des témoignages de recettes ou de méthodes de fabrication mais les auteurs restent généralement anonymes³. La tradition chinoise est d'ailleurs moins marquée par la place accordée aux grandes figures de l'art culinaire. Elle se présente d'abord comme le résultat d'emprunts et d'échange, de principes et de savoir-faire culinaires au fil des régions et du temps. Son prestige n'est pas issu de l'apport successif d'individus talentueux mais de savoir-faire partagés et transmis au cours des siècles, aboutissant à une catégorisation en huit « grandes cuisines régionales »⁴.

S'il existe en France comme en Chine de fortes identités régionales (ce que l'on appelle en France des « terroirs », terme sans traduction équivalente en chinois), ces identités s'estompent derrière l'affirmation de « cuisines d'auteurs » alors qu'à l'inverse, en Chine, l'affirmation identitaire se renforce lorsqu'on monte en gamme. La cuisine cantonaise d'hôtel, généralement coûteuse en raison de l'usage de produits d'exception, est particulièrement

2. Il est désigné ainsi par le Gault-et-Millau en 1989.

3. On peut ici penser au poème du célèbre Sushi (XI^e siècle) – connu sous le nom de Sudong Po, ou à des écrits tels – entre autres – le *Qimin Yaoshu* (littéralement « Les essentielles pour le bien-être du peuple ») au VI^e siècle, et le *Bencao Gangmu* (littéralement « Compendium en matière médicale ») au XVI^e siècle.

4. La cuisine chinoise est communément classifiée en 8 grandes cuisines régionales, comme celles de Canton ou du Sichuan bien connues en France.

prise pour les banquets ou les événements importants. Les clients ne viennent pas pour le nom du chef mais pour y déguster les plats qu'ils connaissent. Ils ont des attentes précises et des sensations gustatives qu'ils veulent retrouver leur permettant de juger de l'authenticité de la cuisine par rapport aux références dont ils disposent.

Les chefs occidentaux se positionnent en Chine dans une niche à double facette. Ils exercent une cuisine inconnue des consommateurs, pour laquelle ces derniers ne disposent pas de référence culturelle ou d'éléments de comparaison ; ils jouissent en cela d'un statut privilégié d'expert. Ils bénéficient également d'une surexposition médiatique, les clients évaluant l'authenticité non plus à la cuisine mais à l'apparence – non-chinoise – du chef qui suffit parfois à faire de lui cet expert, surtout s'il est français. Pour James Barrer (1990), « *France would have dominated the global "culinary soft power" rankings of nations for the past two centuries, with no close competitors* ». Cet engouement s'explique-t-il par la réputation des chefs français, par celle plus collective de la profession ou, enfin, par l'image de la cuisine française, voire de l'imaginaire de la France ?

Le développement de la cuisine occidentale en Chine

En Chine, la cuisine est un élément central non seulement dans la vie quotidienne mais également dans les médias. Les chaînes de télévisions ou les émissions consacrées à la gastronomie – démonstrations, documentaires, publicités, concours... – contribuent à populariser la gastronomie, au-delà de la sphère des professionnels. L'émission *chuwang jinbang* 厨王争霸, littéralement « dispute de l'hégémonie du titre de Roi de la cuisine » qui consiste en une sorte de joute culinaire et identitaire met en présence un chef chinois et un chef étranger qui s'affrontent.⁵ Les magazines de cuisine, bien que majoritairement consacrés à la cuisine chinoise, contiennent pour la plupart une rubrique « cuisine occidentale ». La cuisine française y apparaît sans être systématiquement et clairement distinguée. D'autres magazines anglo-saxons tel *Food&Wine* sont aujourd'hui traduits en chinois.

5. M. Calogreco, chef du *Mirazur* à Menton ou W. Franchot, chef du *Chapeau Rouge* à Dijon – tous deux doublement étoilés au guide Michelin – pour n'en citer que deux, ont participé à cette émission.

Dans un autre registre, et pour n'en donner qu'un exemple, le film chinois « *The soul of bread*⁶ » est un mélodrame où un jeune boulanger tente de conquérir le cœur de sa belle en élaborant la meilleure baguette de l'île, donnant une image pour le moins romantique de la cuisine française. Cet exemple reflète le succès de la boulangerie durant ces dernières années. Le pain est présent dans l'alimentation quotidienne des chinois, mais sous des formes très différentes de la boulangerie occidentale : de texture molle, sucré, généralement farci ou garni, il est vendu en portion individuelle et consommé comme un repas, à l'instar des brioches vapeurs chinoises. Aujourd'hui, les boulangeries françaises se multiplient comme des petits pains – si l'on ose le jeu de mot – dans la ville de Shanghai, en particulier dans la concession française. Affichant des prix similaires à ceux pratiqués en France, ces commerces ciblent une clientèle composée d'expatriés ou de chinois aisés ayant généralement voyagé à l'étranger et, par conséquent, plus accoutumés aux textures croustillantes de la baguette. Les clients testent des goûts venant d'ailleurs mais se nourrissent aussi symboliquement de « *culinary Occidentalism* » pour reprendre le terme de James Barrer (2010), soulignant le caractère culturel revêtu par les formes de consommation.

Le positionnement de la cuisine française sur le marché de l'alimentation à Shanghai

Dans les rues d'une métropole chinoise comme Shanghai, il est frappant de constater l'omniprésence de restaurants portant l'appellation « cuisine occidentale ». En feuilletant les menus de ces restaurants, on pourrait être intrigué par leur composition quelque peu hétéroclite s'apparentant à une sorte de melting-pot de recettes phares de cuisines italienne (pastas et pizzas), américaine (steaks et sandwiches), slave (goulash et soupes à la russe), française (soupe à l'oignon et ragoûts) ou de plats suivis de la mention « à la mode de... ». L'appellation générique « cuisine occidentale » englobe les cuisines des continents européen et américain. Elle se réfère également à un ensemble de plats qui relèvent de l'ailleurs et qui représentent une certaine forme d'étrangeté et d'inconnu en opposition aux habitudes alimentaires quotidiennes des chinois. Cette importation se décline dans toutes les

6. Film taïwanais réalisé en 2012 par Gao bingquan et Lin Junyang.

gammes de restauration, du fast-food jusqu'à la cuisine d'hôtel de luxe en passant par les brasseries et les restaurants indépendants, conférant à la cuisine occidentale une forte visibilité dans la ville.

La cuisine française est englobée dans cette appellation mais elle prend également son indépendance sous diverses formes. Elle est pratiquée par de nombreux chefs dans des hôtels qui, s'ils maintiennent leur appellation « cuisine occidentale », revendiquent leur ligne « à la française ». Certains restaurants ou restaurants d'hôtels sont également uniquement consacrés à la cuisine française, de moyen et haut de gamme (en s'en tenant au seul critère des prix pour cette catégorisation) souvent désignés par le terme *French Fine Dining*.

Mark Swilocki (2008) date l'arrivée des premières modes de consommation occidentales aux guerres d'opium. Pour lui, Shanghai est avant-gardiste dans l'engagement de la Chine envers les cultures étrangères et notamment à travers l'insertion des habitudes culinaires occidentales. À Shanghai, si le premier restaurant formel de cuisine occidentale ouvre dans les années 30 au sein du « Park Hotel » (premier hôtel international de la ville), la cuisine française voit le jour à « La maison rouge », ou *hongfangzi* « 红房子 » restaurant inauguré en 1935 dans la concession française. La visite dans ce restaurant en 1973 de Georges Pompidou, premier chef d'État français et du monde occidental à se rendre en Chine, fit de ce lieu une institution de la gastronomie française, encore en fonction aujourd'hui.

Le début des années 2000 marque un tournant décisif dans le développement de la restauration française à Shanghai. Les restaurateurs indépendants s'implantent majoritairement dans les bâtiments coloniaux qui composent le Bund, façade économique et centre de la restauration luxueuse, situé au bord de la rivière du *Huangpu*, avec notamment Jean-Georges Vongerichten – le *Jean-Georges* –, Mauro Collagrecco – le *Mercato*, au *3 on the Bund* – et Paul Perret – *Mr and Mrs Bund*, au *18 on the bund*. D'autres se font connaître au sein de chaînes hôtelières de luxe, comme Nicolas Vienne, chef au Sofitel Hyland de Shanghai durant l'exposition universelle, et aujourd'hui en charge de plusieurs hôtels au Sud de la Chine. Enfin, l'exposition universelle fut un tremplin important et le début d'une aventure chinoise pour des groupes comme celui des frères Pourcel⁷ ou de Paul Bocuse.

7. Restaurateurs étoilés, établis à Montpellier.

La cuisine française vue de Shanghai

Le rapport entre conception gustative et pratiques culinaires éclaire les perceptions d'une culture sur l'autre – ici, des chinois sur la culture française. Une simple recherche sur le moteur de recherche Baidu, équivalent chinois de Google, donnera la définition suivante de la cuisine française : « La cuisine française est la cuisine la plus réputée du monde. Ses goûts délicats, ses sauces succulentes et sa platerie raffinée, contribuent à la former en art⁸. Les techniques de cuisine française ont étendu leur réputation au monde entier. Non seulement esthétique, la cuisine française est délicieuse, diversifiée et unique. » L'accent est mis sur son caractère esthétique. La maîtrise de l'art du dressage est primordiale. Photogénique, sa présence s'impose dans les médias.

Même si la Chine continentale – excluant Hong Kong et Taiwan – ne compte pas de restaurants étoilés au Guide Michelin, la réputation du guide et la présence ponctuelle de chefs étoilés français ainsi que de chefs à la collerette MOF (Meilleur Ouvrier de France) témoigne du vif intérêt pour le métier de la restauration de prestige. Le succès médiatique du Bocuse d'Or Asie, concours international de cuisine créé à l'initiative de Paul Bocuse qui se déroulait en juin 2014 à Shanghai et qui fut comparé aux « jeux olympiques de la cuisine » par le magazine *Great Chef*⁹, est un indicateur supplémentaire de la visibilité médiatique de la cuisine occidentale à Shanghai. Des concours internationaux organisés soit par des chaînes hôtelières avec le *Star Chefs China 2014* au Sofitel de Canton qui réunit chefs et personnalités politiques¹⁰, soit par l'Ambassade de France avec « *Goût de France - Good France* » lancé par Laurent Fabius¹¹ renforcent le rayonnement des chefs français en Chine et leur reconnaissance par leurs pairs chinois.

8. <http://baike.baidu.com/view/132274.htm>

9. *Great Chef*, juillet 2014, p. 10, écrit par Peipei.

10. En 2014 sont présents J.-M. Ayrault et A. Montebourg du côté des politiques et J. Pourcel, A. Caron, N. Vienne pour les chefs.

11. « En partenariat avec le Ministère des Affaires étrangères et du Développement international, Goût de / Good France rassemblera en mars 2015 plus de 1000 chefs sur 5 continents pour rendre hommage à la cuisine française et à ses valeurs de partage. » (extrait du site de l'ambassade <http://www.ambafrance-cn.org/Participez-au-diner-Goût-de-Good-France>). La Chine fait partie de ce programme.

Enfin, le développement des filières d'importation de vins français et d'autres produits – conserves de foie gras, produits secs et autres condiments¹² – contribue non seulement à l'exposition de produits français sur les marchés chinois mais aussi à la construction d'une image de marque et à leur inscription dans le domaine « luxe et prestige ». James Farrer montre dans une étude réalisée en 2014 que la restauration en Chine et notamment à Shanghai est un des rares secteurs qui accueille des étrangers, représentant une niche importante d'activités pour ces chefs. Elle prouve l'existence d'un besoin important de savoir-faire importés pour répondre à une demande du marché.

Ce repérage conduit à dépeindre la gastronomie française comme un phénomène à la fois relativement marginal et très élitiste, en relation avec les domaines de l'esthétique et du luxe. Il ne s'agit là que d'une vision parcelaire et limitée, calquée sur l'imaginaire collectif promu par les différentes catégories d'acteurs impliqués afin de faire valoir leurs intérêts respectifs. Il s'agit à présent d'aller au-delà de ces représentations et, pour cela, de s'intéresser aux auteurs de la cuisine française en Chine, au travers de leurs discours et de leurs pratiques. En poussant les portes d'une cuisine occidentale en Chine, on sera frappé d'entendre fuser les termes « mise en place », « garde-manger » « chef » en français entre cuisiniers chinois. L'histoire ne se limite donc pas au monde de l'image.

La multiplication des filières de cuisine occidentale au sein des écoles hôtelières en Chine depuis la fin des années 80 témoigne de l'influence croissante de cette cuisine. Cette tendance s'est renforcée avec l'arrivée d'écoles de cuisine internationales sur le marché chinois. Sans entrer dans le modèle et les logiques de la formation à la cuisine occidentale, il faut s'arrêter sur l'importation d'un modèle de formation en Chine, contribuant activement à la diffusion des savoir-faire culinaires français. Cette analyse de terrain vise à éclairer le lien entre le statut des acteurs, les représentations qui l'accompagne et l'exercice de la cuisine française en Chine. Les analyses se basent sur le restaurant école de l'IFC : quels savoirs y transmet-on ?

12. Les réglementations sur les produits à l'importation, malgré l'adhésion de la Chine à l'OMC en 2001, sont très rigides notamment concernant les produits carnés (crus, cuits et/ou séchés). Pour plus d'informations voir : http://www.proforum.fr/data_proforumv2_centre/uploads/ftp/CRCI/CCICI/Experts/agro-alimentaires%20en%20Chine.pdf

Quels sont les principes de la formation ? Quelles images de la cuisine et du métier de chef sont développées ? Quelles sont les stratégies d'adaptation d'un modèle français à l'étranger en Chine ?

La formation à la cuisine française

Les données recueillies et exploitées entre juillet 2014 et décembre 2015 résultent d'une formation en BTS hôtellerie en France et d'expériences professionnelles de cuisine, suivie au titre de coordinatrice du programme de formation des étudiants chinois au sein de l'IFC. Il s'agissait d'assurer des actions concrètes et quotidiennes visant à optimiser leurs conditions d'apprentissage. Plusieurs missions de contrôle en découlaient portant sur la notation des étudiants, l'enseignement des cours théoriques, les séances de démonstrations techniques et le déroulement des examens techniques. Parlant chinois et français, la coordinatrice se devait de faciliter la communication et le transfert de techniques, en apportant des outils de formation aux étudiants français. Cette position de coordinatrice et de médiatrice permettait de réaliser de nombreuses observations en cuisine et d'être suffisamment proche des étudiants chinois et français pour assister aux scènes de la vie quotidienne, réaliser des entretiens et les suivre dans leur parcours. Une autre partie des données exploitées découle d'observations réalisées au sein des écoles partenaires de l'IFC où il était possible d'assister à des cours de cuisine occidentale et de mener des entretiens auprès de professeurs et d'élèves de lycées et d'universités professionnelles. Enfin, certaines paroles rapportées sont tirées d'entretiens avec des professionnels du milieu de la restauration à Shanghai, rencontrés dans le cadre de l'IFC de Shanghai.

Le restaurant école de l'IFC de Shanghai

Le « restaurant-école » de l'IFC de Shanghai est un établissement qui associe des activités de restauration et de formation à l'attention de jeunes cuisiniers chinois. Il est tenu par des diplômés et accueille des stagiaires tous issus de l'IFC de France. La mission de ces stagiaires est double : assurer les opérations relatives au restaurant et former les étudiants chinois sur une période d'un an. Les étudiants en provenance de l'IFC de France ont entre 18 et 25 ans. Ils sont en deuxième année de formation hôtelière et ont déjà travaillé en cuisine professionnelle. Ils payent des frais relativement élevés pour entrer

dans cette école mondialement reconnue et viennent de 35 pays différents pour en suivre le programme. Il faut préciser que le cas de l'IFC est particulier car c'est une école privée qui ne s'inscrit pas dans les programmes de l'éducation nationale – du type bac Pro, CAP, BEP, BTS etc.

Les jeunes chinois ont des âges similaires et ont également déjà suivi deux années de formation dans des lycées ou des universités locales. Contrairement aux étudiants français, rares sont ceux qui ont de l'expérience professionnelle en cuisine. Pour la majorité d'entre eux, ils n'ont pas obtenu de bons résultats aux examens nationaux post-bac d'admission aux universités et n'ont ainsi accès qu'aux établissements techniques. Les étudiants sont originaires du Jiangsu, province voisine. Ils sont issus de milieux plutôt populaires, de parents paysans ou, au mieux, cadres moyens, et ne sont jamais sortis du territoire chinois. Les étudiants de l'IFC rapportent que leurs parents les soutiennent dans leur choix, mais les pressent de trouver un travail. Ils n'ont pour la plupart jamais mis les pieds à Shanghai avant le début de leur formation. Leur connaissance de la cuisine occidentale se limite à ce qu'ils en voient dans les médias et aux rudiments appris à l'école. Les cours de cuisine occidentale de leur université ont été remplacés par des cours de cuisine japonaise, eux-mêmes supprimés pour cause de détérioration des relations sino-japonaises, laissant l'exclusivité aux cours de cuisine chinoise. La direction de leur université, désireuse de développer ses partenariats avec l'étranger, s'est associée avec le restaurant-école IFC de Shanghai, permettant à 40 étudiants en filière hôtelière (cuisine et service) de troisième année d'y suivre un an de formation à la place d'un traditionnel stage en entreprise.

Les étudiants sont recrutés par entretien en fonction de leur motivation : ils renoncent à un salaire, troqué contre une formation d'un an à la cuisine française dans une ville qu'ils ne connaissent pas. Leur choix de venir à l'IFC est par contre souvent contesté par leurs parents qui ne considèrent pas toujours qu'un an de formation en cuisine occidentale soit une plus-value dans le marché du travail. Certains étudiants ont pour cette raison abandonné leur cursus de formation pour aller travailler. D'autres, après obtention de leur diplôme, changeront de corps de métier pour un secteur mieux rémunéré ou rejoindront l'entreprise familiale.

Appréhension et familiarisation des apprentis cuisiniers à la cuisine française

À leur arrivée à l'école, les étudiants chinois sont novices en cuisine française : « C'est élégant et raffiné », « C'est cher » disent-ils lorsqu'il leur est demandé de la définir, notamment « la côte de bœuf grillée », « le foie gras », « les aliments crus », « le pain » ou « le vin ». Pour ces étudiants, le problème qui se posera lors de la formation ne sera pas uniquement de nature technique ; leur manque d'accès à la culture française est aussi une barrière. « Comment savoir si ça va être bon ? Et si c'est bien cuit ? Moi je ne sais pas comment vous aimez le poulet ! » demande Lixin, 19 ans : « On n'arrive pas à comprendre les principes de votre cuisine, nous en Chine on a quatre goûts, le sucré, le salé, l'acidulé et le piquant. Avec vous, les sauces sont épaisses mais légères en goût, elles sont dures à définir. Qu'est ce qui fait la particularité de votre cuisine ? ».

Les premières semaines de formation vont directement révéler leurs difficultés. Pour commencer, les offres du restaurant ne correspondent à rien de similaire aux offres en restauration chinoise : les menus (déjeuner ou dégustation), le petit-déjeuner et le brunch sont des formes de prise de repas qu'ils ne connaissent pas et dont la construction leur échappe. De plus, les goûts ne leur sont pas familiers. Un cuisinier élabore et assemble des goûts, résultant à la fois d'une longue acculturation et d'un apprentissage technique. Le palais, les papilles sont formés – ou formatés – à un goût, or certains jeunes apprentis, avant d'arriver au restaurant-école de l'IFC, n'ont jamais mangé autre chose que la cuisine de leur province d'origine. Ils ne connaissent pas les goûts de la cuisine française et ne les apprécient pas tous d'emblée. Ainsi une recette simple, comme la mayonnaise, sera parfois déviée en y ajoutant du sucre car elle peut paraître trop amère sans cela.

Lors d'un examen technique, se déroulant durant le quatrième mois d'apprentissage des étudiants, consistant à fournir aux étudiants un panier d'ingrédients et à leur laisser un temps imparti pour élaborer un plat libre, de nombreuses assiettes ont présenté des éléments figuratifs à vertu plus esthétique que gustative, tels de la mie de pain en forme de cœur ou des carottes en canard. Les sauces utilisées dans les plats qu'ils ont préparés sont majoritairement sucrées et à base d'agrumes. Ces compositions trouvent écho dans la cuisine à laquelle ont été formés les étudiants et avec laquelle

ils ont grandi, celle de *Huaiyang*¹³, qui comprend de nombreux éléments figuratifs et des sauces sirupeuses dans la composition des plats.

Ainsi, les étudiants font appel à leur système de référence pour traduire la cuisine française. Ils ont parfois recours à des approximations, raccourcis ou à ce que Fine (1996) appellerait des « tours de la profession », définis comme des « techniques qui nient la primauté des règles formelles, suggérant que les travailleurs aient l'autonomie de faire leurs propres choix dans le cadre de l'acceptabilité de la pratique »¹⁴. Or, sans le bagage de l'expérience et les catégories de jugements propres à un type de cuisine, c'est-à-dire de ce qui est bon ou non quand il s'agit de cuisine française, ils n'ont pas de système de référence pour faire des choix qui rentreraient dans la cohérence d'un type de cuisine et ainsi reproduire, assembler, adapter les goûts. Ils les traduiront ainsi dans leur propre dialecte pour reprendre l'expression de Luce Giard (1990) afin de rendre intelligible les techniques transmises. Au moyen du concept d'« enculturation » proposé par Mead (1938) et repris par Dasen (2005), on saisit cette transmission non pas comme uniquement technique mais plutôt comme une somme d'éléments provenant à la fois du milieu familial et du milieu professionnel, des cultures jointes du pays et du métier.

La cuisine par principe

Les étudiants-formateurs issus de l'IFC ont pour mission de former les étudiants chinois au métier de cuisinier, c'est-à-dire à ses techniques et à ses principes. À l'IFC de France, les étudiants apprennent des techniques mais aussi des principes et une discipline stricte. Les slogans de l'Institut sont « respect, exigence, générosité et éthique ». On y parle de famille, de tradition, de fierté, d'ambition, d'humilité, de fidélité, d'engagements... De plus, l'IFC est bâti par et sur l'image d'un homme, grand cuisinier, qui jouit d'un fort prestige au point d'être devenu une marque mondiale. Il a un statut de commandeur, ayant contribué à la modernisation de la cuisine française, inspirant également toute une génération de chefs. Pour cette

13. La cuisine *Huaiyang* 淮扬 du Jiangsu, également appelée *Sucai* 苏菜 fait partie des huit grandes cuisines chinoises. Elle tient sa renommée aux techniques de découpe sur légumes qui lui valent de somptueux banquets et à ses goûts légers et délicats.
14. « *Techniques that deny the primacy of formal rules, suggesting that workers have the autonomy to make choices around a zone of acceptable practice* » [traduction personnelle].

raison, il est érigé en modèle et source d'inspiration par les étudiants. Il est caractérisé par l'excellence de sa cuisine mais aussi par la forte médiatisation de sa personne, s'érigeant en « instance de légitimation » (Poulain J.-P., 2012). En effet, à la réunion d'accueil des étudiants de l'IFC de France au Restaurant-École de l'IFC de Shanghai, le directeur de l'école leur rappelle leur objectif : « contribuer au rayonnement de la cuisine française à l'étranger [...] et en être les ambassadeurs ». Ils sont à la fois étudiants-stagiaires et, en arrivant à l'institut, maitres-formateurs pour la première fois. Cependant, tout bon apprenti-cuisinier n'est pas bon formateur et encore moins dans un pays étranger aux codes inconnus. Quand on leur demande de s'exprimer sur leur rôle de formateur, c'est en termes parfois crus que les étudiants s'expriment, comme David¹⁵, 24 ans :

« Avec eux la méthode, “tu prends une charge et tu rentres à la maison”, ça n'avancera à rien. Je me suis retenu de le faire parce que c'est vrai que c'est frustrant, tu leur apprends une fois la carte, deux fois, trois fois et ça rentre toujours pas, là t'as envie de lui mettre la casserole et de lui dire : “Tu dégages, t'as rien à faire ici, t'as pas envie d'apprendre, t'apprends pas, tu me fais pas perdre mon temps” [...], c'est dur quoi. Là où je m'en veux, c'est de ne pas avoir pris le temps avec certains [...] et il faut le faire parce que [...] si on les laisse tout le temps dans le minimum et dans le “tu fais ça, tu fais ça”, ils n'avanceront pas. »

Cet extrait d'entretien montre que l'étudiant est conscient des difficultés et des contraintes de la formation, qui passe – dans ce contexte – par la répétition, le dévouement et la patience. Il révèle également les méthodes de transmission auxquelles il a pu lui-même être confronté, comme le jet de casserole, ou le « tu fais ça, tu fais ça » qui se réfère à l'ordonnancement d'une suite de tâches sans en énoncer le but. Même si l'étudiant connaît les limites de ces deux manières de faire, elles sont pour lui acquises et potentiellement applicables pour pallier aux difficultés voire à l'impossibilité d'une prise en charge individuelle.

Soulia, 20 ans, étudiante de l'IFC, confie : « Je pense qu'il faut qu'on devienne plus durs avec eux, on est trop en mode bisounours [...] maintenant ils se permettent trop de choses, [...] il y a beaucoup trop de relâchement,

15. Tous les noms des personnes interrogées ont été modifiés.

par exemple sur le nettoyage, je pense qu'il faut qu'on resserre. » Après deux ans de formation à l'école et diverses expériences professionnelles en cuisine, ils ne peuvent que dupliquer les discours et les méthodes de formation qu'ils ont eux-mêmes reçus, que ce soit dans le milieu professionnel ou à l'institut. Les étudiants issus de l'école en France veulent leur enseigner une forme de discipline à laquelle eux-mêmes sont formés. On peut ainsi observer certaines formes de réappropriation des discours et des valeurs phares de l'institut dans leur discours par l'usage fréquent de termes tels « comportement au travail », « respect du métier », « normes à respecter », « respect de la hiérarchie », « prises de confiance », qu'ils veulent transmettre aux étudiants chinois comme des principes universels.

Le rapport à l'apprentissage

Sur 40 étudiants chinois suivis sur une période d'un an et demi, quatre ont arrêté la formation en cours d'année. Les raisons sont diverses : retour dans l'entreprise familiale, nécessité rapide d'avoir un salaire, démotivation, saturation. Sans pour autant quitter l'école, au bout de 6 mois de formation, certains étudiants chinois ont commencé à exprimer une forme de mécontentement. Ils pensaient « avoir suffisamment appris » et être « prêts pour le monde du travail. ». En interrogeant les étudiants français à cette même période sur leurs ressentis par rapport à la démotivation des étudiants chinois, Juan, 21 ans répond : « Je pense qu'on ne met pas assez sur le tapis tous les jours qu'ils sont chanceux (d'être ici). Moi je le remets tout le temps sur la table : je ne leur dis pas : "Faites un poisson", je leur dis : "Vous avez la chance de faire un poisson", c'est pas partout qu'on peut faire ça ». Un autre étudiant ajoute : « C'était des bébés de la cuisine en arrivant », estimant que si leur propre route est déjà longue avant de devenir un bon chef, celle des étudiants chinois l'est encore plus. Ici, il est important de nuancer le propos en rappelant une nouvelle fois que l'IFC en France est un centre de formation relativement élitiste et que le rapport de ces étudiants au métier l'est aussi. Les exigences et les attentes à l'égard du métier ne seront pas identiques chez tous les cuisiniers en France, indépendamment du parcours, des motivations et des ambitions de chacun. D'autre part, les exigences et les objectifs que les jeunes cuisiniers se fixent vont également dépendre des attentes des restaurateurs et des qualités que ceux-ci attendent d'eux. Le cuisinier doit maîtriser « à la fois des connaissances procédurales, techniques, et conventionnelles, et des connaissances sémantiques, propres aux

membres de la société et aux groupes plus restreints» (Merchiers &Pharo, 1990). Les difficultés de transmission rencontrées par les étudiants de l'IFC de France dans l'apprentissage des étudiants chinois résideraient dans une méconnaissance pour les premiers de l'environnement culturel et, pour les seconds, non seulement de l'environnement culturel mais aussi de l'environnement de travail. Ainsi, les difficultés sont à double sens : pour les étudiants chinois, elles se situent dans l'apprentissage d'un système culinaire inconnu et, pour les étudiants français, dans la transmission d'un métier à un public dont ils ne connaissent ni les méthodes d'apprentissage, ni le système culturel servant de référent. Ces derniers cherchent à transmettre un ensemble de techniques et de principes qu'ils ont appris à l'école comme au travail, ou ce qu'Hugues (1997) appelle un « faisceau de compétences » résultant d'un apprentissage et d'un entretien de ces compétences requis dans chaque profession et formant au total un « arc de travail »¹⁶. Si Hugues présuppose que cet arc est commun au métier et que les compétences à développer sont partagées par tous les professionnels, les conflits évoqués dans le cas de l'IFC montrent que ces compétences sont intrinsèquement relatives à l'environnement. Les attentes à l'égard de l'apprentissage et les ambitions associées à l'exercice du métier de cuisiniers s'avèrent sans commune mesure. Les ambitions des étudiants, rationalisées à partir de leur vécu, sont dictées par les opportunités d'ascension et les représentations de réussite qu'ils pensent que le métier peut leur offrir.

De l'apprentissage à la professionnalisation

Les motivations des étudiants

Everett Hugues écrivait « [...] Le métier d'un homme est l'une des composantes les plus importantes de son identité sociale, de son moi, et même de son destin dans son unique existence » (ibid. p. 76). Interrogés sur leurs motivations à étudier à l'IFC de Shanghai – et non sur le choix de la profession qui, on l'a vu n'est pas toujours un choix par vocation –, la plupart des étudiants valorisent « l'environnement international » et l'opportunité d'apprendre l'anglais. D'autres sont « curieux » d'en apprendre plus : « on connaît déjà tout en cuisine chinoise, ça ne sert à rien de l'étudier 3 ans, ici on veut apprendre des choses nouvelles. », indique Maomao. Quant à leurs ambitions,

16. « *arc of work* » [traduction personnelle]

elles sont généralement à court terme, et diffèrent selon le genre : si tous sont conscients qu'ils auront des positions et des salaires relativement bas dans les trois prochaines années, les garçons se voient sous-chef, chef ou/et propriétaire de leur propre restaurant dans les cinq futures années alors que, dans ce même laps de temps, les filles savent qu'elles « devront » être mères de famille – souvent sous l'effet de la pression familiale. Elles indiquent qu'elles n'auront alors pas d'autres choix que de mettre de côté leur carrière. Si « l'individu fait en sorte d'acquérir les qualifications qui lui permettent d'accéder à un certain niveau dans la hiérarchie du métier ». (Hugues, *ibid.*, p. 86), les étudiants chinois tirent de leur expérience à l'IFC ce qui leur sera profitable sur le marché du travail en Chine.

Les étudiants de l'IFC en France ont quant à eux souvent la possibilité de choisir de nombreuses filières et disciplines. Ils optent pour la cuisine mais ce choix n'est parfois pas soutenu de prime abord. Xiaoli, 27 ans, a d'abord fait des études de journalisme à Pékin avant d'aller à l'IFC en France pour y apprendre la cuisine. Elle raconte les réactions de ses parents quant à son choix :

« Bien sûr qu'ils n'étaient pas d'accord parce que le travail en cuisine en Chine, c'est pas un très bon milieu. Mais après mon entrée à l'école, ils m'ont vu fatiguée mais heureuse, ils se sont dit que je pouvais me faire à ce monde-là. Au départ, ils ne comprenaient pas ce milieu, mais ils ont regardé sur internet, dans des livres sur la cuisine française et ils ont vu que la cuisine française en France, c'est comme une industrie de l'art, que c'est un milieu assez prestigieux, c'est pas comme en Chine ou c'est plutôt laborieux, que c'était pas un milieu aussi pénible, alors ils ont trouvé que finalement, cette école, c'était un bon choix. »
(entretien traduit du chinois).

Une autre étudiante tchèque, Isobel, 19 ans, me confie :

« J'ai fait S, je me dirigeais vers le côté scientifique, nutrition ou un truc dans ce style mais je pense que c'était plus parce que je me voyais mal dire à mes parents que je voulais faire des études... en fait moi-même je n'y pensais pas, de faire des études de gastronomie. C'était pas un truc qui était acceptable dans ma tête ou je sais pas, genre on s'attendait pas trop à ça de moi, enfin chez nous [...] c'est un peu le placard des métiers, il y a des bons

plats je dis pas, mais c'est pas très bien vu, c'est pas la culture de la gastronomie comme en France.»

Pour ces étudiantes étrangères, le travail en cuisine dans leur pays ne bénéficie pas d'une haute réputation et elles légitiment leur choix en optant non seulement pour la France mais aussi l'IFC comme lieu d'apprentissage. L'IFC apparaît alors comme une forme de sécurité dont l'enseigne remplace le manque de prestige du métier. De plus, on s'aperçoit en interrogeant les étudiants français que tous n'ont pas vocation à devenir de grands chefs. Il s'agit pour certains de pouvoir continuer leurs études afin de pouvoir faire du « travail de bureau », ne se voyant pas passer toute leur vie en cuisine.

« Et quels sont vos plans après l'institut ?

– Je ne sais pas trop en fait, je pense faire l'année management à l'Institut pour passer dans les bureaux, [...] faire du cost control ou plutôt être F&B manager ou des choses comme ça. »

Les licences et les masters de gestion hôtelière proposés par l'IFC en France sont convoités par la plupart des étudiants. Une fois sortis de l'école, ceux qui veulent intégrer directement des cuisines ont des connaissances mais aussi le logo de l'IFC sur leur CV qui leur permet d'accéder à de « belles maisons ». Ceux qui ne se destinent pas au travail en cuisine ont la possibilité de compléter leurs connaissances par une formation diplômante.

D'autres cependant ont un point de vue moins scolaire sur la formation, mettant en avant le voyage, la passion, la création. À l'instar des étudiants chinois venus à l'IFC de Shanghai en quête d'un environnement multiculturel, le voyage est un argument qui revient régulièrement. Pour d'autres, pourtant, la cuisine est une révélation, comme pour David :

« J'ai fait un bac dans l'agriculture, ensuite un BTS aménagement paysager et puis une année en Nouvelle Zélande pour prendre du temps et pour réfléchir vraiment sur ce que je voulais faire et quand je suis revenu, c'était la cuisine, j'étais sûr, sûr, sûr. [...] J'ai déjà un projet, enfin je sais déjà ou aller bosser, juste en dessous de chez moi à 5 km, mais un gars passionné [...] lui il est presque gastro(nomique), avec des produits du terroir, une cuisine qui se raffine de plus en plus, qui commence à évoluer et puis petit à petit je pense qu'il aura bien son Étoile [...] le guide Michelin est déjà passé par là, hein ! [...] »

D'autres encore veulent travailler avec les plus grands, dans des palaces ou des restaurants « macaronés ». Plusieurs d'entre eux expriment vouloir « trouver leur mentor », « être formés par les meilleurs ». L'appréhension de la cuisine prend ainsi des formes multiples, mais l'IFC représente pour tous les étudiants une forme de sécurité, d'assurance de réussite, et de légitimité à revendiquer les positions qu'ils désirent. Les attentes des étudiants sont aussi en lien avec la réalité du métier dans le pays exercé. Pour les Chinois, les promesses de carrière ne sont pas aussi mirobolantes que pour les Français, et l'IFC n'est pas un nom à la résonance aussi chatoyante en Chine qu'en France. « L'identité professionnelle implique une construction d'un « sens » fondé sur des « représentations » et des préférences individuelles. » (Mériot, 2002) Les ambitions sont ainsi reflet non seulement du cadre économique mais aussi de la culture du métier et de l'environnement dans lequel il est exercé.

Du statut d'apprenti à celui de chef : création d'une identité professionnelle.

Au moment du choix de placement des étudiants chinois, les critères liés aux conditions de travail, au type d'établissement (hôtel ou restaurant) et de restauration (gamme et origine) s'imposent. Si les étudiants issus de l'IFC en France parlent souvent de « mentor » avec qui ils désirent travailler, les étudiants chinois mentionnent rarement ce critère comme un vecteur d'influence sur leur choix de travail. À la sortie du Restaurant-École de l'IFC de Shanghai, les étudiants chinois sont placés dans des structures hôtelières internationales ou des restaurants français, à des positions de commis ou de chef de partie. Leur salaire mensuel ne dépasse pas 3 500 RMB (soit 400 euros). Hors cadre de l'IFC de Shanghai, il n'est pas rare qu'à la sortie de l'université, les apprentis-cuisiniers travaillent de manière très aléatoire en cuisine chinoise ou occidentale, indépendamment de leur formation à l'école. Dans les grands hôtels où se côtoient cuisine chinoise et occidentale, l'attribution du poste dépend des besoins du chef à un moment précis sans pour autant tenir compte des compétences du nouvel employé. Ces conditions d'exercice du métier interrogent le statut du chef en Chine quand il s'agit de cuisine occidentale.

À chaque système culinaire correspondent des compétences et des qualités propres à la production, en termes d'organisation et de goûts. Si la cuisine chinoise ne requiert pas la même maîtrise technique que la cuisine

française, certaines qualités sont partagées, indifféremment du type de cuisine, comme on l'a vu avec la notion « d'arc de travail » de G.-A. Fine. L'hygiène, la planification et, par conséquent, l'anticipation des activités, le partage des tâches, le sens de l'urgence et le respect de la hiérarchie sont des prérequis attendus chez tout cuisinier, tant en cuisine française qu'en cuisine chinoise. Les positions des cuisiniers au sein de la cuisine professionnelle sont hiérarchisées mais cette hiérarchie dépend de la cuisine opérée. Comme évoqué précédemment, la cuisine chinoise repose sur un ensemble de traditions reproduites de la manière la plus fidèle possible aux goûts ancestraux. L'espace de créativité donné au chef est ainsi plus faible que dans la « cuisine d'auteur » en France où tout l'esprit du restaurant repose sur la « patte » du chef. S'il a autant d'influence sur la discipline de la brigade, il influencera moins le résultat de la production. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si aucun restaurant chinois n'a été couronné par le guide Michelin, qui vise à récompenser un chef et une enseigne.

Il faut cependant nuancer cette image. Si la « cuisine d'auteur » n'est pas une notion très chinoise, il n'en existe pas moins de nombreux grands chefs dans la restauration de luxe, tels – pour n'en citer que certains – Liu Guangwei, ambassadeur de la « cuisine verte », ou Du Guangbei, chef du Beijing New Plaza Hotel qui accueille les déjeuners et dîners officiels des membres du parti communiste. Le plus médiatique reste probablement Dadong, chef depuis 1985, qui revisite des classiques de la cuisine chinoise tel le canard laqué. Tout en utilisant des produits et des techniques classiques, il crée de nouvelles combinaisons et manières de dresser des plats, signées Dadong. Son approche du métier fait de lui un chef « occidentalisé », qui jouit de sa propre image de marque.¹⁷

Pour mieux saisir l'importance du chef et les échanges entre cuisiniers étrangers et chinois dans les cuisines de Shanghai, les paroles du chef des cuisines du Sheraton, chef Chao, apportent un précieux éclairage d'autant plus que son parcours est similaire à de nombreux autres cuisiniers shanghaiens :

« À l'école j'étudiais la cuisine chinoise mais en arrivant au Garden hôtel j'ai fait de la cuisine occidentale. C'est le chef qui l'a décidé. [...] C'était essentiellement de la cuisine française,

17. Les chefs les plus emblématiques et les plus médiatiques chinois sont présentés dans le dossier du magazine *Geo*, « La Chine fait sa révolution » (octobre 2013).

plutôt traditionnelle. Le chef était japonais. Avant, c'étaient que des Japonais qui faisaient de la cuisine française, avec des équipes chinoises. Disons que c'était une cuisine française transformée par des Japonais, c'était méticuleux, délicat mais aussi plus traditionnel, dans la manière de dresser les assiettes surtout. [...] Par contre leur maîtrise du couteau et des sauces était vraiment parfaite techniquement [...]. Quand je suis arrivé au Sheraton je me disais que j'allais voir enfin comment travaillent les étrangers. J'ai appris pas mal de nouvelles choses, même si les conditions de travail étaient comme partout. J'ai commencé avec une position plutôt basse, je gagnais un peu plus de 3 000. Les positions plus hautes étaient assurées par des étrangers. Les managers, c'étaient tous des étrangers, presque une trentaine, et le chef était allemand. Le mieux avec cet allemand, c'était la manière dont il gérait la cuisine, on sentait qu'il était plus expérimenté, particulièrement dans l'anticipation, [...] le côté Management. Niveau cuisine par contre, je pense que j'ai plus appris avec le cuisinier français juste après, il venait de chez Ducasse. J'avais déjà 6 ans d'expérience, mais bon, c'est des étrangers qui viennent en Chine, on doit diffuser, promouvoir leur propre cuisine.» (Chef Chao, 2015)

Chef Chao met en avant les différences dans les manières de travailler avec des cuisiniers de nationalités différentes. Les manières de faire ne dépendraient pas que du type de cuisine mais également de l'origine du cuisinier et de ce que lui-même valorise dans la pratique du métier : les techniques, l'organisation ou la créativité. Il montre la fragilité de la définition d'un type de cuisine – ici la cuisine française – dépendante d'une part de la personne qui l'exerce et, d'autre part, du style adopté et promu par le restaurant – qu'on soit en *fine dining* ou en restaurant traditionnel. Il témoigne également des différences de statut entre cuisiniers locaux et étrangers, dans la nature des postes et des salaires ainsi que dans la prise de décisions.

Ainsi parallèlement à la recherche de goûts d'ailleurs et de plats "classiques", la cuisine française se construit autour d'un chef aux fourneaux et des discours qu'il produit autour de sa cuisine. Comme l'expriment les étudiants de l'IFC, ils ont besoin d'un "mentor" de qui ils puissent tirer connaissances, techniques et inspiration. Ce mentor est incarné par un chef qui jouit de prestige par ses diplômes (comme le diplôme de MOF), ses étoiles

(telles les récompenses du guide Michelin) ou sa popularité médiatique (du très local à l'international).

Cette quête d'inspiration est celle que trouvent les étudiants français à l'IFC et qu'ils cherchent à transmettre à leurs collègues chinois. Ces remarques, si elles sont valables pour les cuisiniers, le sont également pour la clientèle. Le groupe IFC compte de nombreuses brasseries à travers le monde et un restaurant triplement macaroné, devenu institution. Des gens du monde entier viennent s'y attabler et déguster des grands plats signatures, espérant secrètement apercevoir le maître fondateur à ses fourneaux ou déambulant entre les tables du restaurant (oubliant son grand âge!). La clientèle se représente une cuisine affiliée à un chef, n'envisageant pas l'un sans l'autre. Michel de Certeau (1990) écrivait dans le premier volume de *L'invention du quotidien* : « La présence et la circulation d'une représentation n'indiquent nullement ce qu'elle est pour ses utilisateurs. Il faut encore analyser sa manipulation par les pratiquants qui n'en sont pas les fabricateurs. Alors seulement on peut apprécier l'écart ou la similitude entre la production de l'image et la production secondaire qui se cache dans les proches de son utilisation [...] ». Il importe en conséquence de se pencher sur la relation entre le travail du cuisinier et sa réception par la clientèle, en s'attachant aux représentations et à leurs usages dans une construction conjointe.

Le rôle du client dans l'exercice de la profession

L'IFC est un centre de formation mais également un restaurant ouvert à la clientèle, chinoise et expatriée. Sous le nom de l'IFC, les cuisiniers, eux-mêmes diplômés de cette école, doivent remplir certaines missions indissociables de cette marque et du format de l'entreprise : respecter le style du fondateur et le niveau d'un restaurant gastronomique pour répondre aux exigences de l'institution. Le chef use de techniques et de produits français pour les revisiter et les moderniser, comme le vol-au-vent au foie gras et ris de veau, ou le tartare de veau et langoustine. Les prix s'alignent sur ceux d'un restaurant français une étoile. Ces tarifs élevés qui le positionnent dans la catégorie des restaurants les plus coûteux de la ville annoncent déjà une sélection de la clientèle. « Le rôle du cuisinier peut consister à imposer ses goûts à sa clientèle, des goûts dont l'origine n'a pas été analysée, mais définis a priori comme supérieurs parce qu'ils représentent un mode de

reconnaissance entre pairs issus de la même formation » (Mériot, *ibid.*, p. 94). Les enjeux sont doubles : se positionner au sein d'une nuée de concurrents et être au goût de la clientèle, non pas au sens d'une cuisine cherchant à produire un goût moyen ou un goût attendu mais d'une cuisine qui s'impose comme exceptionnelle. « Le goût n'est pas une affaire de nature, mais bien de culture, et qui plus est, de culture d'élite ; celle qui, par l'exemple qu'elle donne et l'envie qu'elle suscite, lance les modes et les manières, et valorise l'ego par le goût » (Tarento, 2010).

Pour bien comprendre le phénomène, il est intéressant de se pencher sur les réseaux sociaux, sur les blogs culinaires ou sur les sites de critique gastronomique qui mentionnent le restaurant-école, éclairant ainsi les critères de jugement des consommateurs, en chinois et en anglais. Pour ce faire, l'analyse se concentre sur les sites *dianping*, exclusivement chinois, et *dining city*, fréquentés à parts égales par des expatriés et des chinois. Il est avant tout frappant de constater la longueur et la précision des descriptions des internautes chinois, tant dans la critique de chacun des plats que dans celle de l'atmosphère et du service. Les commentaires sont généralement accompagnés de photos de chacun des plats, de la salle de restaurant, de la cuisine ouverte, des serveurs etc. La clientèle qui se déplace au restaurant est de fait ouverte à la découverte. Certains annoncent d'emblée ne pas avoir le même degré d'exigence, ni la même nature d'attente par rapport à la cuisine chinoise car, comme les étudiants chinois de l'IFC, ils n'ont pas le système de référence qui leur permet de se sentir légitime dans leur analyse. « Je ne mange pas souvent de cuisine française alors je ne peux pas bien juger ». Cela n'empêche pas néanmoins la critique. En ce qui concerne la cuisine, de nombreux clients viennent pour y manger des incontournables, comme le foie gras, l'entrecôte et le magret de canard. On remarque une différence générationnelle dans le jugement des saveurs et des textures de la part de clients venus accompagnés de leurs parents : ces derniers n'aiment pas les aliments crus ou saignants et prêtent une attention toute particulière à l'odeur des aliments, qu'ils n'aiment pas trop forte – exprimé par le caractère *xing* 腥 se référant à une odeur de poisson. La perception du sucré est également matière à polémique : « Je m'étais déjà mentalement préparée pour le sucré, mais la bouchée de macaron était incroyablement sucrée, et la poudre d'amande trop grossière », « le goût de la crème au citron était balayé par celui du fond de tarte trop cuit, vraiment, ça n'est pas respecter les critères de la cuisine française ».

Certains critiques font parfois des comparaisons ou des allusions à la cuisine chinoise, comme dans ce commentaire : « on aurait dit un poisson sauce aigre-douce ».

Les commentateurs apprécient d'être servis par des étrangers « Les différentes couleurs de peau de ces hôteliers tous sourires m'ont fait penser à une expression : "une société harmonieuse" ». Les actes de service en salle – telle la découpe d'entrecôte au guéridon – sont également fréquemment mentionnés. Fait intéressant, dans les commentaires de la clientèle chinoise est rarement mentionné l'aspect école, contrairement aux commentaires en anglais : « *Service was impeccable and it's always fun to watch as a senior staff teaches and instructs students on how to serve their restaurants clients.* ». En parcourant les nombreux commentaires des internautes chinois, on retrouve régulièrement les qualificatifs « tradition » *chuantong* 传统, « orthodoxie » *zhengtong* 正统, « authenticité » *zhengzong* 正宗, « rigueur » *jinyan* 谨严 pour qualifier la cuisine, reflétant la recherche par le client de la vérité de cette cuisine et de son adéquation à ce qu'on pourrait vraiment appeler de la « cuisine française ».

L'utilisation récurrente du terme « authenticité » en Chine montre que les clients chinois sont préoccupés par la légitimité d'une cuisine et par sa concordance à un patrimoine. La clientèle est en attente de mieux comprendre, à travers la cuisine, une culture qu'elle ne connaît pas. C'est encore une fois une adaptation à double sens : la clientèle fait la démarche de rencontrer l'inconnu, mais conserve ses mécanismes de jugement. Comme elle jugerait une cuisine régionale chinoise sur son adéquation au patrimoine local, elle s'attend à ce que le chef lui prouve la véracité de sa cuisine ou, en tout cas, de ce qu'elle imagine vrai. Cette preuve d'authenticité est parfois incarnée par la couleur de peau, comme en témoigne le commentaire cité plus haut.

Chef Chao témoigne de cette difficulté à trouver l'équilibre entre désirs et goûts des consommateurs et du chef :

« Le plus gros problème [...] c'était comment utiliser nos ingrédients pour faire leur cuisine, et puis en utilisant les manières de faire françaises. Maintenant on a un nom : "*fusion food*", mais le chef, avec lui, tout devait être "de style français" mais ça ne veut pas dire forcément qu'il y a le marché, les gens ne vont pas

forcément aimer. Alors il me faisait goûter : moi j'utilisais mes origines et mes connaissances d'origine en cuisine chinoise pour goûter. Après il faisait des sauces françaises, et puis des sauces chinoises, et puis on mélangeait : en français on dit "mélange" non? Du vin rouge, de la sauce de soja et de l'ail, le goût à la fin : super! Nous, on aimait mais c'était difficile à diffuser. On ne l'a jamais mis à la carte, on avait peur que ça ne marche pas. Et puis lui, il n'était pas MOF.» (Chef Chao, 2015)

En tant que cuisinier local exerçant une cuisine étrangère, il se positionne en exécutant mais aussi en promoteur de la culture culinaire étrangère, comme un conseiller gustatif, plus-value due à son palais local et sa connaissance du marché. Il montre ainsi les limites dans la créativité auxquelles font face les cuisiniers et l'adaptabilité dont ils doivent témoigner. «L'idée de changement sans continuité nie la possibilité que l'«extérieur» puisse en fait avoir de profonds effets sur les goûts élémentaires et les techniques culinaires, plutôt que d'être modelées ou même absorbées» (Klein, 2007). Le terme d'adaptation concerne aussi bien le cuisinier dans l'exercice de ses fonctions que la cuisine en elle-même. En soulignant le fait que son chef n'était pas MOF, il confirme l'importance de la renommée du chef dans la réceptivité de la clientèle, et dans son pouvoir d'innovation : s'il avait été MOF il aurait peut-être osé mettre ses «mélanges» à la carte.

Son chef français parti, le restaurant *Fine dining* ferme, remplacé par une «cafétéria». La question de l'innovation culinaire se pose alors pour Chef Chao : «J'ai dû faire les cartes, innover tout seul. Je fais des recherches sur internet, je récupère les recettes, je teste et j'adapte en fonction de la réception». Il n'est pas question pour Chef Chao de créer ses propres recettes à partir de son expérience ou de ses idées. Il préfère partir de ce qui existe pour l'adapter à sa clientèle. «L'adaptation apparaît lorsque d'anciens usages sont confrontés à de nouvelles conditions et que de vieux modèles sont utilisés dans de nouveaux buts» (Hobsbawm, Ranger, 1983)¹⁸.

Le cuisinier adapte ainsi son travail en fonction de sa position, au style de cuisine et à la gamme de restaurant, mais il n'est pas seul à décider des goûts. Même s'il jouit de pouvoir dans ses propres cuisines, le chef se plie aux

18. Hobsbawm E., Ranger, T. (1983). *L'invention de la tradition*. Édition Amsterdam, Paris, 2006 p.178.

destinataires de ses créations : le dégustateur. L'insertion, l'assimilation, le croisement de l'une et l'autre culture sont des processus qui s'accumulent et évoluent constamment, que Wilk (2006) appelle les « processus simultanés de mélange et d'ordonnement qui caractérisent les cuisines locales dans la phase actuelle de globalisation »¹⁹, et la cuisine française en Chine en témoigne. Cet ordonnancement est encadré par un contrat de fiabilité entre cuisinier et consommateur, dont les clauses incitent le cuisinier à s'attacher aux attentes de ses clients, tout en conservant la liberté de s'exprimer. Dans un contexte de délocalisation d'une cuisine, le cuisinier doit faire un effort d'adaptation aux goûts locaux, sans pour autant dénaturer son travail au point de ne plus produire le produit relativement exotique attendu. Si le chef veut conserver son intégrité, il lui faut donc inventer un juste milieu pour rencontrer le consommateur à mi-chemin.

Au restaurant école de l'IFC, plusieurs stratégies commerciales sont adoptées. La découpe devant le client et la cuisine ouverte en font partir, créant un lien entre produit, technicité et clientèle, et rendant visible des savoir-faire en les démystifiant. Les cuisiniers sortent également régulièrement présenter les plats aux clients. La clientèle est particulièrement réceptive à cette approche, qui instaure à la fois un climat de confiance, un sentiment de proximité au cuisinier et une preuve d'authenticité. Enfin, de nombreux chefs MOF sont invités à faire « des dîners à thème » promus en tant que tels, attirant de nombreux clients expatriés, pour qui la collerette est plus familière.

Retour sur l'imagerie du chef

Si la cuisine chinoise s'incarne moins dans un chef que dans l'authenticité d'un type de cuisine régionale, l'image du chef étranger à la créativité et à la technicité sans limite est reproduite à la fois par les restaurateurs français en Chine et par les médias. Le travail du chef à l'étranger consiste ainsi à constituer des goûts et des mots traduisibles dans le langage local et à coïncider avec les représentations que les clients se font de la cuisine française – tant dans les goûts que dans les symboles – tout en se créant une image de marque. Il jongle entre une cuisine qui jouit d'une réputation

19. « *Simultaneous processes of mixing and ordering that typify « local » cuisines in the current phase of globalization.* » [traduction personnelle]

et la réputation qu'il veut se créer. Un jeu de pouvoir s'instaure entre les goûts dictés par le marché et les goûts qu'il veut diffuser. Cependant, les lumières ne sont mises que sur la figure du chef jusqu'à créer une sorte de folklorisation du chef étranger, dont la cuisine n'est rendue possible que par le travail – technique et de collaboration d'adaptation – des cuisiniers locaux. Un compromis est à trouver entre l'hégémonie d'un chef, basée sur son prestige et sa réputation, des formes de transmission du chef à ses cuisiniers et, enfin, un goût adapté à la clientèle locale. Le succès de la cuisine française en Chine repose alors sur l'entretien d'une image de noblesse de la profession, de la qualité de ses experts et de la distinction de ses goûts. Les positions de fait inégalitaires entre cuisiniers étrangers et cuisiniers locaux en termes de cuisine française confèrent aux étrangers la possibilité de conserver leur statut privilégié, mais cette inégalité perdurera-t-elle? Les sommes importantes injectées par le gouvernement chinois dans la formation de nouvelles générations de cuisiniers au sein d'écoles de formation techniques de plus en plus nombreuses et suréquipées ainsi que la participation d'un nombre croissant de candidats à des concours internationaux de cuisine occidentale témoignent d'une volonté nationale de se perfectionner aux techniques de cuisine occidentale.

Bibliographie

- ANDERSON E.N., *Food and Environment in Early and Medieval China*, University of Pennsylvania Press, 2014.
- BARNEY G., Strauss A., *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Chicago: Aldine Publishing Company, 1967.
- CHAMOUX M.-N., *Retour sur « La transmission des savoir-faire »*, Techniques & Culture, 2010, n°54-55.
- DASEN P., Gajardo A. & Ngeng L. *Éducation informelle, ethno-mathématiques et processus d'apprentissage*, Les formes de l'éducation : variété et variation O. Maulini & C. Montandon (dir.), Bruxelles : De Boeck, 2005.
- DE Certeau M., Giard L., *L'Invention du quotidien, 1. : Arts de faire et 2. : Habiter, cuisiner*, Gallimard, 1990.
- DOUGLAS M., *De la souillure* (1966), La Découverte, Sciences humaines et sociales n°104, 2005.

- BARRER J., « *China Wants You: The Social Construction of Skilled Labor in Three Transnational Fields* », *Asian and Pacific Migration Journal*, 2014, Vol. 23, n° 4.
- BARRER J., « *Eating the West and beating the rest: culinary Occidentalism and urban soft power in Asia's global food cities* », *Globalization, Food and Social Identities in the Asia Pacific Region*, sous la dir. Farrer J., Tokyo: Sophia University Institute of Comparative Culture, 2010.
- FINE G.A., *Kitchens, the Culture of Restaurant work*. University of California, 1996.
- GOODY J., *Cuisines, cuisine et classes*. Paris : Centre Pompidou, « Alors », 1985.
- HOBBSBAWM E., Ranger T. *L'invention de la tradition* (1983), Édition Amsterdam, 2006.
- GREAT Chef, *Chef Olympics*, juillet 2014.
- GEO, *La Chine fait sa révolution*, octobre 2013.
- HUGUES E.-C., *Le regard sociologique*, Paris : Éditions de l'EHESS, 1997.
- KLEIN J.A., « *Redefining Cantonese cuisine in Post-Mao Guangzhou* », *London: Bulletin of SOAS*, 2007, n°70, 3.
- LESCHZINER V., « *Kitchen Stories: Patterns of Recognition in Contemporary High Cuisine* », *Sociological Forum*, 2007, n°22.
- LÉVI-STRAUSS C., *Mythologiques, Le cru et le cuit*. Paris : Plon, 1964.
- MEAD G.H., *The Philosophy of the Act*. University of Chicago Press, 1938.
- MERCHERS J. & Pharo P., « *Sociologie de l'expert : savoir privé / succès publics* », *Actes du colloque de Sociologie du travail*, Toulouse, 1990, cité dans Sylvie-Mériot, idem.
- MÉRIOT S.-A., *Le cuisinier nostalgique. Entre restaurant et cuisine*. Paris : CNRS sociologie, 2002.
- POULAIN J.-P., *Dictionnaire des pratiques alimentaires*, Presses universitaires de France, 2012.
- SABBAN F., « *Quelques remarques sur la cuisine, la gastronomie et le métissage* », *Hypothèses*, 2012, n° 15.
- TARENTO P., « *Les mets et les mots, la gastronomie ou le "festin en paroles"* », *Art, recherche et création : les plaisirs de la table*, *Bulletin de 303*, n° 109, 2010.
- VIALLES N., « *La viande ou la bête* », *Terrain*, 1988, n° 10.
- WILK R., *Fast Food, Slow Food: The Cultural Economy of the Global Food System*, Altamira Press, 2006.

Résumé : Cet article s'intéresse aux formes d'importation et d'exercice de la cuisine française en Chine et plus particulièrement à Shanghai. Prestigieuse et hautement représentée dans la sphère médiatique, la cuisine française jouit d'une forte image de marque. En prenant en compte les représentations, les pratiques et les discours, l'objectif est ici de rendre compte des mécanismes de diffusion, d'adaptation et de réception du modèle culinaire français dans un contexte étranger, la Chine, en s'attachant tout particulièrement à la formation et à la professionnalisation des cuisiniers. Les analyses ont pour principal terrain une école de formation de cuisine française à Shanghai.

Mots-clés : cuisine française, cuisinier, savoir-faire, imaginaire culinaire.

Abstract: This article focuses on the integration and practice of French cuisine in China, specifically in Shanghai. Due to prestigious and constant media coverage, French cuisine is seen as a sort of luxury brand. Taking into account its presence in the media, as well as its physical and discursive practices, this article's aim is to give an account of how a model of French cuisine is diffused, received and adapted in a foreign market, China. In particular, this article examines chef's training and ideas of professionalism. Our analyses are based on research conducted in a French cooking school in Shanghai, through Shanghai foreign and local cook's backgrounds and discourses.

Keywords: french cuisine, chef, "savoir-faire", cooking creativity.

L'invention de la cité

Label Unesco et identités gastronomiques



Jean-Jacques Boutaud

Université de Bourgogne, CIMEOS (EA4177), équipe 3S

Fin 2010, le travail de la Mission française du patrimoine et des cultures alimentaires (MFPCA) porte ses fruits, «le repas gastronomique des français» est inscrit au Patrimoine culturel immatériel de l'humanité (PCI). Les critères décisifs, pour l'inscription sur la liste représentative du PCI, se rapportent au rôle social actif du repas gastronomique, comme à sa transmission générationnelle, facteur d'identité au sein de la communauté. On souligne également son rôle de catalyseur « pour le respect mutuel et le dialogue interculturel », avec tous les signes d'engagement pour favoriser la transmission de ce PCI : l'éducation, la recherche, la promotion. Ces critères auront une influence décisive sur la mise en œuvre des actions et les réalisations à venir, pour donner à l'immatériel les moyens... de se matérialiser.

Parmi les quatre obligations de l'État, liées à cette inscription du repas gastronomique des Français au PCI de l'Unesco, figure la création de la Cité de la Gastronomie. C'est bien au singulier, autour d'une seule Cité, que le concours entre villes est conçu. Mais devant la multiplication des candidatures (6 dossiers, au départ), l'État et les trois ministères concernés (Culture, Agriculture, Agroalimentaire) ne parviendront pas à trancher en faveur d'une seule ville. Au terme d'une procédure de sélection en plusieurs étapes, c'est l'idée du « réseau » qui l'emporte, en juin 2013, avec quatre villes élues : Dijon, Lyon, Paris-Rungis et Tours. Chacune doit faire valoir une spécificité : l'accord mets et vin, pour Dijon ; nutrition et santé, pour Lyon ; Paris-Rungis a vocation à devenir pilote pour le développement

et l'animation des marchés, des produits, avec les enjeux liés à l'approvisionnement des centres urbains. Quant à Tours, il lui revient de s'affirmer comme pôle moteur dans le domaine des sciences humaines et sociales. Ces quatre villes sont donc mobilisées sur le projet de création des Cités de la gastronomie, avec un calendrier d'ouverture à l'horizon 2019, au plus tard. Créer une Cité – si l'on peut s'autoriser désormais l'ellipse pour évoquer la Cité de la Gastronomie – tel est le défi à relever pour chacune des quatre villes élues (Dijon, Lyon, Paris-Rungis, Tours). Si leur candidature a été retenue, gageons que ces villes ont bâti des projets conformes au cahier des charges établi à la base, dans le cadre de la reconnaissance du RGF au PCI... en clair dans le cadre du Repas gastronomique des Français au patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'Unesco. Entrer dans ce monde des Cités demande déjà de maîtriser des éléments de langage et la multiplication des sigles à l'intérieur d'un dossier qui s'est d'abord joué en interne pour la candidature de la France (IEHCA, MFPCA), avant d'être en accord avec les attentes de l'Unesco (PCI, RGF).

Mais très vite se pose pour les Cités, la question de l'*identité gastronomique* par rapport à la reconnaissance de l'Unesco, de leur *identité territoriale* par rapport aux autres Cités, de leur *identité culturelle* (PCI) par rapport à ce qui va devenir bien vite un enjeu politique, marchand, institutionnel, pour les villes et territoires. Telles sont les problématiques complexes à considérer d'emblée, alors que le programme d'édification des Cités n'en est qu'au stade des fondations, en 2015. Comment rester fidèle à l'esprit du PCI, de la culture immatérielle, tout en développant un discours marchand pour les Cités? Comment respecter le cahier des charges du Repas gastronomique des Français, en termes de tradition et de mémoire, tout en cultivant une approche ni figée, ni sanctuarisée mais vivante et innovante de l'identité gastronomique? Au centre donc, cette problématique de l'identité relevant d'un processus dynamique, ouvert ici à l'analyse sémiotique pour saisir non pas les positions identitaires des villes en termes de marketing territorial mais, plus profondément, les logiques qui s'interdéfinissent à l'intérieur des Cités et entre Cités (réseau) pour construire et promouvoir l'identité gastronomique.

À ce stade encore liminaire de construction (horizon 2018-2019), les Cités communiquent peu. Mais entre la communication, notamment *via* leur site internet, de l'Unesco, du ministère principalement concerné (ministère de

L'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt), des institutions (MFPCA, RGF) et bien sûr des quatre Cités élues, se forme un corpus suffisamment élargi pour confronter le discours des acteurs institutionnels et les logiques qui sous-tendent, entre tous, la dynamique complexe de l'identité gastronomique.

IEHCA, PCI, MFPCA, RGF : des éléments de langage à digérer

Rappelons-nous la définition de la culture donnée par l'anthropologue Ward Goodenough : « (elle) consiste en tout ce qu'il faut savoir ou croire pour se conduire d'une manière acceptable pour les membres de cette société, et ce dans tout rôle qu'ils accepteraient pour chacun des leurs. » (Goodenough, 1964). Et la première des choses à connaître, pour être membre, ce sont les codes, à commencer par les éléments de langage, véritables signes de reconnaissance.

La gastronomie comme patrimoine immatériel

Pour être comprise, la notion de Cité de la gastronomie doit être replacée, à cet égard, dans son contexte institutionnel. Elle figure comme l'expression de divers organismes impliqués dans la naissance et la maturation d'un projet à la fois public, politique, territorial, où finalité marchande et finalité culturelle vont devoir faire bon ménage. Ces institutions et organismes apparaissent déjà sous des sigles (IEHCA, PCI, MFPCA, RGF), sans grand intérêt pour le profane qui poussera un jour les portes de la Cité, mais dont le rôle se révèle primordial, aux différentes étapes du projet. Il nous faut les rappeler ici, pour avoir en tête les acteurs centraux dans le processus conduisant à l'édification des Cités.

Dès 2006, c'est L'IEHCA (Institut Européen d'Histoire et des Cultures de l'Alimentation)¹ qui initie un projet de reconnaissance de la France auprès de l'Unesco, au titre du patrimoine gastronomique. Mais l'élément central de la candidature n'est pas encore défini : un plat, une recette, un événement, une pratique rituelle (Mahé *et al.*, 2009)? Il s'agira alors d'inscrire cette

1. L'Institut européen d'histoire et des cultures de l'alimentation est une agence de développement scientifique étroitement associée à l'université François-Rabelais de Tours. L'IEHCA a été créé en 2001 par la direction de l'enseignement supérieur du ministère de l'éducation nationale en partenariat avec la région Centre.

candidature dans le cadre du patrimoine immatériel, au sens où l'entend l'Unesco. Pas question de produire un contresens ou une copie hors sujet, il faut préalablement entrer dans la logique et la symbolique de l'Unesco. La définition donnée du patrimoine immatériel s'avère relativement élargie et globalisante, en termes de manifestations, mais précise dans le périmètre retenu (Boutaud, 2014). Le texte fondateur de la Convention pour la sauvegarde du PCI (2003) retient cinq grands « domaines » : les traditions et expressions orales, y compris la langue comme vecteur du patrimoine culturel immatériel ; les arts du spectacle ; les pratiques sociales, rituels et événements festifs ; les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers ; les savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel. C'est le périmètre dans lequel la France travaillera son dossier sur la gastronomie, à l'initiative donc de l'IEHCA et sous l'impulsion politique nécessaire mais parfois discutée du président de la République, Nicolas Sarkozy, notamment lors de son intervention au Salon de l'Agriculture, le 23 février 2008 pour voir la gastronomie française, « la meilleure du monde », enfin inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO.

Le président de la Mission chargée du dossier se gardera bien d'aller sur un tel terrain (Pitte, 2011). Toute son énergie, au titre de la Mission française du patrimoine et des cultures alimentaires (MFPCA) sera mobilisée pour une « passion française » (Dumas, 2008), à considérer comme composante essentielle de notre identité, mais certainement pas comme preuve d'une supériorité dans le monde, servie par un discours arrogant à l'encontre d'autres cultures. Une gastronomie reconnue, estimée, mais d'abord incorporée dans notre patrimoine, notre imaginaire, avec ses produits, ses recettes, ses hommes et ses lieux, ses mots et ses moments, ses traditions et ses créations, des saveurs « maison » aux tables des grands chefs. Inutile pour la Mission d'aller plus loin dans la recherche de motivations pour célébrer cet espace, notamment dans les dimensions immatérielles à cultiver et à transmettre.

Un élément central : le repas gastronomique

Il revient alors à la (MFPCA), sous la présidence de Jean-Robert Pitte, figure du monde universitaire, d'instruire la candidature de la France à partir de février 2008. Pour comprendre le fondement et la logique de la démarche, il faudrait remonter au moment où la Mission a dû déterminer, dans le

langage de l'Unesco, « l'élément » central d'un dossier composant avec l'alimentaire, le goût, le culinaire, le gastronomique. Non pas des produits et des productions matérielles, en dehors du cahier des charges du PCI, mais des pratiques et des processus ayant une portée sociale, culturelle, symbolique. Mettre en avant la cuisine ou les ingrédients, c'était prendre le risque d'un ancrage encore trop marqué par la matérialité. Rien de tel avec le Repas gastronomique des Français (RGF) reconnu au fil des réunions comme l'élément central à valoriser, dans le respect des critères retenus finalement au titre de patrimoine immatériel. En voici le descriptif donné par l'Unesco au titre de l'inscription, en 2010, sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité (PCI) : « Le repas gastronomique des Français est une pratique sociale coutumière destinée à célébrer les moments les plus importants de la vie des individus et des groupes, tels que naissances, mariages, anniversaires, succès et retrouvailles. Il s'agit d'un repas festif dont les convives pratiquent, pour cette occasion, l'art du « bien manger » et du « bien boire ». Le repas gastronomique met l'accent sur le fait d'être bien ensemble, le plaisir du goût, l'harmonie entre l'être humain et les productions de la nature. Parmi ses composantes importantes figurent : le choix attentif des mets parmi un corpus de recettes qui ne cesse de s'enrichir ; l'achat de bons produits, de préférence locaux, dont les saveurs s'accordent bien ensemble ; le mariage entre mets et vins ; la décoration de la table ; et une gestuelle spécifique pendant la dégustation (humer et goûter ce qui est servi à table). Le repas gastronomique doit respecter un schéma bien arrêté : il commence par un apéritif et se termine par un digestif, avec entre les deux au moins quatre plats, à savoir une entrée, du poisson et/ou de la viande avec des légumes, du fromage et un dessert. Des personnes reconnues comme étant des gastronomes, qui possèdent une connaissance approfondie de la tradition et en préservent la mémoire, veillent à la pratique vivante des rites et contribuent ainsi à leur transmission orale et/ou écrite, aux jeunes générations en particulier. Le repas gastronomique resserre le cercle familial et amical et, plus généralement, renforce les liens sociaux »². Pas de confusion donc. L'Unesco inscrit le repas comme élément central (RGF) sans élever la France au rang de première nation gastronomique dans le monde. L'Organisation retient une définition extensive du

2. <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=fr&pg=00011&RL=00437> (consulté le 5 mars 2015)

repas gastronomique (moments les plus importants de la vie... être bien ensemble... schéma bien arrêté... resserre le cercle familial et amical et, plus généralement, renforce les liens sociaux) sans se figer sur une conception élitiste ou fastueuse du repas cultivée par des esthètes, des gastronomes avertis. L'horizon est bien celui des relations sociales vivantes, de la culture mise en œuvre et en scène autour du repas, avec un certain art de vivre. Voilà l'idéal à promouvoir pour les lieux dédiés à la valorisation de ce patrimoine immatériel reconnu par l'Unesco, à savoir les Cités de la gastronomie.

La Cité, du patrimoine immatériel à la matérialisation du projet

Dans le dossier de candidature présenté par la Mission française du patrimoine et des cultures alimentaires (MFPCA) figurait un engagement : créer une Cité de la gastronomie. Cela constitue l'un des actes majeurs dans la sauvegarde du patrimoine gastronomique : « il conviendrait que la France se dote d'une Cité de la gastronomie, un lieu d'innovation et de découvertes, véritable vitrine de nos produits et de nos savoir-faire. À l'instar de la Cité des Sciences, de la Cité de l'Architecture, de la Danse, du Design, de la Musique ou de l'Histoire de l'Immigration, ce grand établissement culturel permettra d'affirmer notre ambition fédératrice autour d'un élément essentiel de l'identité culturelle de notre pays »³.

L'esprit de la Cité : l'immatériel et... le marchand

Au stade de préfiguration du projet, il est question de créer une Cité, et non un réseau, et de se concentrer sur un « grand établissement culturel », avec un cahier des charges pour le moins copieux : espace de découverte et de dégustation ; centre de ressources, de formation et d'orientation ; pôle économique et touristique respectueux des enjeux du développement durable ; vitrine de l'excellence et de la diversité des productions et des savoir-faire ; lieu vivant favorisant la compréhension mutuelle par la mise en valeur de la diversité des pratiques culinaires ; espace d'exposition ; laboratoire de création et d'innovation culinaire. On voit combien le chapeau culturel de la gastronomie subsume des dimensions redevables à l'économique, au touristique, au scientifique, à l'artistique, au didactique. De quoi nourrir aussi des ambitions bien politiques pour les hommes et les institutions,

3. http://www.iehca.eu/IEHCA_v4/pdf/cite_de_la_gastronomie.pdf

notamment les communautés d'agglomérations, susceptibles de monter aux avant-postes des projets à soumettre, pour les villes candidates mais « Sauf à détourner le sens du “Repas gastronomique des Français” ou à bafouer l'éthique de la Convention de l'Unesco, cette inscription, qui n'est pas “un label de qualité”, ne peut aboutir à des usages mercantiles, à l'export ou dans le tourisme » (Csergo, 2011).

Toutefois, si l'on se reporte à la présentation de la Cité, par la MFPCA, après l'inscription de la France sur la liste représentative – à ne pas confondre avec la liste de sauvegarde plus contraignante en termes d'obligations – l'argumentaire se fait plus explicite sur les ressorts économiques et territoriaux du projet. La création de la Cité de la gastronomie est supposée s'appuyer sur la mise en place d'un partenariat public/privé, selon un modèle économique approprié. Plusieurs collectivités territoriales vont se manifester pour accueillir l'équipement culturel d'exception que représente la Cité. La question quasi ontologique qui se pose, à savoir « Quelle Cité de la gastronomie ? » revêt alors, dans ses attendus, un double sens : quelle ville peut se dire et se voir Cité, se voir plus encore reconnue comme telle, dans la prétention à s'élever au-dessus de cette concurrence qui s'engage ? Quelle âme donner à cette Cité, comment la faire vivre ou exister comme un lieu vivant, et sous quelles formes concrètes ?

« Être » LA Cité gastronomique, « exister » comme Cité, ces questions s'imposent, dans l'argumentaire de la MFPCA, avec des termes aux résonances plus institutionnelles ou économiques comme « territoire » ou « attractivité » dès qu'ils entrent dans les éléments de langage des politiques ou des collectivités : « Projet singulier, la Cité de la gastronomie contribuera à renforcer la notoriété du territoire d'implantation, à développer son attractivité tout en favorisant le renforcement des liens sociaux autour d'une culture commune, celle du bien-être ensemble autour de la table »⁴. Il faudrait conduire une étude à part entière, pour analyser le discours et comprendre les logiques ainsi développées par les collectivités pour sortir du rang et obtenir cette reconnaissance, dans un contexte concurrentiel.

4. <http://www.repasgastronomiquedesfrancais.org/reseaudescites-de-la-gastronomie/> (consulté le 5 mars 2015)

De la compétition territoriale au réseau de Cités

Par degrés, le processus de sélection se précise. Six villes se disputeront le titre de Cité de la gastronomie (Beaune, Tours, Dijon, Lyon, Versailles et Paris-Rungis) ; cinq seront auditionnées le 15 octobre 2012, dans les locaux du ministère de la Culture et de la Communication, après le retrait de Versailles (le 8 octobre) ; trois seront d'abord retenues pour incarner non plus LA Cité de la gastronomie, mais un *réseau* de Cités, « dispositif original et fédérateur » dont Paris-Rungis, Tours et Dijon ont vocation à constituer le *socle*. Mais finalement, à force de pugnacité, Gérard Collomb, Sénateur-Maire de Lyon, président du Grand Lyon, fera entendre la voix de sa ville et de son territoire, et lèvera les « interrogations (qui persistaient) quant à la cohérence des différentes activités sur l'ensemble du site notamment en ce qui concerne le *ratio* activités pédagogiques et culturelles et espaces marchands » (*Conclusions MFPCA*).



Source : <http://agriculture.gouv.fr/lancement-du-reseau-des-cites-de-la-gastronomie>

Parmi les éléments déterminants dans le choix des Cités, quelques principes devaient être satisfaits : mettre en avant la dimension immatérielle de la gastronomie, notamment en référence au texte fondateur (2003) de la Convention pour la sauvegarde du PCI⁵ ; déployer une véritable cité, avec un projet architectural étendu à des activités multiples et complémentaires ; présenter un budget maîtrisé, en fonction de la structure et des acteurs engagés pour le financement⁶ ; donner la pleine dimension de la mobilisation et de l'impact territorial.

5. <http://fr.unesco.org/themes/patrimoine-culturel-immatériel> (consulté le 3 avril 2015)
6. même si les budgets annoncés reposent sur des bases différentes de calcul : 18 millions d'euros pour Lyon ; 32 pour Tours ; 35 pour Paris-Rungis ; 55 pour Dijon.

Après d'autres (Tours, Dijon et Paris-Rungis), Lyon saura conquérir sa place et répondre au plan de gestion qui requiert « la création d'un équipement culturel pluridisciplinaire, à dimension nationale et internationale, (qui) contribuera à sensibiliser le public à l'histoire, aux fonctions et valeurs du repas, ainsi qu'à la vitalité de ses expérimentations en France et dans le monde. Cet équipement culturel pourrait être un espace vivant favorisant par des activités pédagogiques (ateliers, production éditoriale), artistiques et documentaires (expositions, rencontres, discussions), une meilleure connaissance de la pratique culturelle et sociale du repas gastronomique des Français, de ses rites et plus largement des traditions des repas des communautés partout dans le monde »⁷.

Au terme du processus de sélection, il est significatif de voir combien le site du ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt, dans sa nouvelle section dédiée aux Cités de la gastronomie, insiste sur la force et la valeur du *réseau*, entre les quatre villes reconnues comme telles : la nécessité de mutualiser les programmes, d'initier des projets communs, d'encourager la coproduction d'événements⁸. On mesure combien le travail régulateur de l'État, à travers ici la mission et les préconisations de la MFPCA, procède de la dialectique entre territorialisation et déterritorialisation, libère l'initiative locale et la responsabilité territoriale, mais s'emploie, en dernière instance, à encadrer le réseau.

Une dialectique sensible au niveau même des thématiques identifiées pour chaque ville, puisqu'elles doivent à la fois singulariser leur apport au patrimoine immatériel du repas gastronomique des Français et en montrer la complémentarité avec les thématiques spécifiques des autres Cités, « pôles moteurs » dans la logique du réseau.

La question fondamentale, à l'intérieur du réseau et à l'échelle des Cités, se pose alors en termes d'identité, à travers une articulation complexe entre la cause universelle de la gastronomie (Unesco), le patrimoine immatériel du repas gastronomique (France) et l'attractivité singulière de chacune des Cités (les quatre villes élues le 19 juin 2013).

7. Document PDF (<http://agriculture.gouv.fr/telecharger/55046?token=d92b7a-f63fadd6e2d63ac044aa0b7586> (consulté le 3 avril 2015)).

8. <http://alimentation.gouv.fr/reseau-des-cites-de-la-gastronomie-2610> (consulté le 5 mars 2015).

Construire une identité gastronomique à travers les cités

Même si les médias entretiennent la confusion, dès l'inscription du RGF au patrimoine immatériel de l'humanité par l'Unesco, sans distinguer liste de sauvegarde et, en l'occurrence, liste dite "représentative", ou par déplacement métonymique trompeur du repas des Français, à la France, comme nation gastronomique première, la création du réseau des Cités est un moyen d'affirmer à la fois l'unité du discours gastronomique et la diversité des angles d'attaque pour célébrer le RGF.

Ainsi Dijon⁹ aura vocation à être le pôle de référence en matière de valorisation du vin, de France et du monde, et des accords mets-vin¹⁰; la thématique « Nutrition et santé » prend une place prépondérante pour Lyon¹¹; Tours devient pôle moteur dans le domaine des sciences humaines et sociales avec la constitution d'une Université des sciences et des cultures de l'alimentation¹². Quant à Paris-Rungis¹³ on devine son rôle pilote autour du marché et des halles comme « trésors gastronomiques », même si la dimension du patrimoine immatériel relève, pour le coup, d'un monde bien matériel et matérialisé. La question n'est plus seulement celle de l'identité inscrite dans le RGF, mais de l'identité propre à chacune des Cités pour se positionner dans le réseau, se différencier et participer, en quelque manière, de la complémentarité des rôles entre les villes élues.

Un modèle narratif pour penser l'identité gastronomique

Prendre la problématique par le bas ou de haut reviendrait à céder à la facilité, à penser l'identité gastronomique de façon caricaturale (Poulain, 2012). Par le bas, avec une conception de l'identité attachée exclusivement à la tradition, au passé, mais prise aussi et pétrifiée dans ses racines qui entravent son mouvement et l'étranglent; ou, à l'inverse, par le haut, avec une conception aristocratique du goût français et de l'identité sans

9. <http://www.citedelagastronomie-dijon.fr>

10. En dehors du label Unesco et du RGF, c'est Beaune qui entreprend, dans le même temps, la création d'une *Cité des Vins de Bourgogne*, jouant ainsi de l'anaphore avec l'attractivité des autres « Cités ».

11. <http://www.grand-hotel-dieu.com/cite-de-la-gastronomie>

12. <http://www.toursvaldeloiregastronomie.fr>

13. <http://agriculture.gouv.fr/paris-rungis>

considération de la dynamique des cultures gastronomiques que les Cités ont vocation à incarner : « Il ne s'agit pas, en effet, de prétendre démontrer une quelconque supériorité de notre cuisine française, mais de rappeler combien notre patrimoine culinaire, outre son importance indéniable pour notre activité économique et touristique, revêt, de par son ancrage dans notre culture, notre histoire et celle de nos territoires, en même temps que sa capacité d'innovation et sa renommée internationale, une forte dimension identitaire »¹⁴.

Aborder la question de l'identité gastronomique, à l'échelle du « repas gastronomique des Français » et des Cités chargées de mettre en œuvre l'inscription à l'Unesco, revient par conséquent à se situer sur une ligne de tension entre histoire et innovation, permanence et changement, stabilité et mouvement, unité de la forme identitaire et pluralité des manifestations identitaires. On retrouve là certains termes du questionnement chez Ricoeur (1990) pour penser l'identité narrative et le caractère dans la dialectique de l'*idem* et de l'*ipse*. Il n'est pas inutile d'y revenir pour éclairer, mutatis mutandis, le plan de projection qui conduit de l'élément central reconnu par l'Unesco, le repas gastronomique des Français, au réseau des Cités cultivant chacune à la manière mais en cohérence globale, cette « passion française » qu'est la gastronomie.

Car *idem* et *ipse* nous renvoient, dans le dédoublement du même et l'expression dialectique d'une permanence (La France, les Français et la gastronomie), à la tension que résume Floch entre « d'un côté, la préservation et la continuation, de l'autre la persévérance et la constance. D'un côté, ce à quoi on est reconnu ; de l'autre, ce à quoi on marche » (Floch, 1995). Nous disposons ainsi d'un modèle pour penser l'identité, non en termes figés, mais dans une relation dialectique favorable à la dynamique du processus identitaire. Rapporté à l'identité gastronomique, cela conduit à distinguer ce qui relève de l'histoire, du passé et de la tradition maintenue, par quoi on reconnaît la France comme nation gastronomique (*idem*) et, sur un plan dynamique cette fois, ce qui fait marcher la France au quotidien, dans son rapport

14. Catherine Dumas (dir.), « Les arts culinaires : patrimoine culturel de la France », Sénat, session extraordinaire de 2007-2008, Annexe au procès-verbal de la séance du 2 juillet 2008, rapport d'information fait au nom de la commission des Affaires culturelles sur l'inscription de la gastronomie au patrimoine immatériel de l'UNESCO : www.senat.fr/rap/r07-440/r07-4400.html

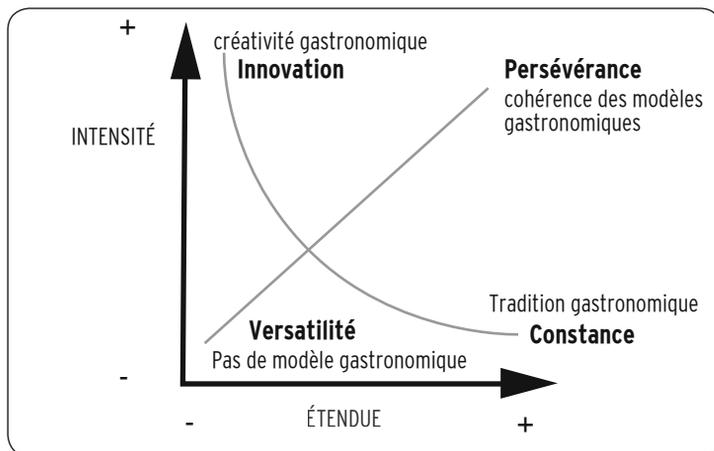
passionné et passionnel à la table et dans toutes les formes ouvertes à l'actualisation des pratiques, à leur évolution, invention permanente du repas gastronomique sur les formes ainsi établies (*ipse*).

Des logiques identitaires formant système

Une fois identifiés les acteurs ayant initialement œuvré pour la reconnaissance du RGF par l'Unesco (IEHCA, MFPCA, Ministère), chacune des Cités élues a pour mission d'imprimer son caractère en portant une thématique particulière à l'intérieur du Réseau des Cités. Ce dernier est conçu comme un outil de valorisation culturelle, économique et touristique du patrimoine gastronomique de la France, servant avant tout la dimension du patrimoine culturel immatériel, de tradition, de transmission, d'innovation. Alors que la communication des Cités est encore balbutiante, avec un calendrier de construction annoncé jusqu'à 2019, il est encore trop tôt pour voir comment ces quatre Cités, si nous en restons là, vont mettre en œuvre concrètement des programmes d'action dans leur espace multi-activités, conforme au cahier des charges pris comme engagement auprès de l'Unesco. En revanche, il est essentiel de voir comment, à l'intérieur de la communication globale des acteurs, s'articule une conception ouverte de l'identité gastronomique, non fixiste ou figée, comme certains le voient ou l'entendent (Tornatore, 2012), en pointant l'arrière-plan et les arrière-pensées d'un discours européen-centré sur le patrimoine donnant, sous le couvert de l'Unesco et de la gastronomie, le bon rôle à la France.

Pour sortir de ces conceptions trop arrêtées qui ont déjà nourri de nombreuses polémiques sur la reconnaissance du RGF par l'Unesco, il nous paraît utile, en termes sémiotiques, de mettre en perspective le processus même de l'identité gastronomique qui se manifeste dans le discours et la communication des acteurs selon que, pour reprendre les termes de l'identité narrative en contexte, l'*idem* domine l'*ipse* (constance de la tradition gastronomique) ; qu'*ipse* domine le Moi de référence (innovation et créativité gastronomique) ; ou que, selon une autre trajectoire, *idem* et *ipse* manquent de consistance (versatilité par défaut de modèles ou de références) ou conjuguent au contraire leurs effets pour concilier permanence et innovation, continuité et dynamique de créativité, à force de persévérance (Fontanille, 2004 ; Colas Blaise, 2012) :

Figure 1 : identité gastronomique.



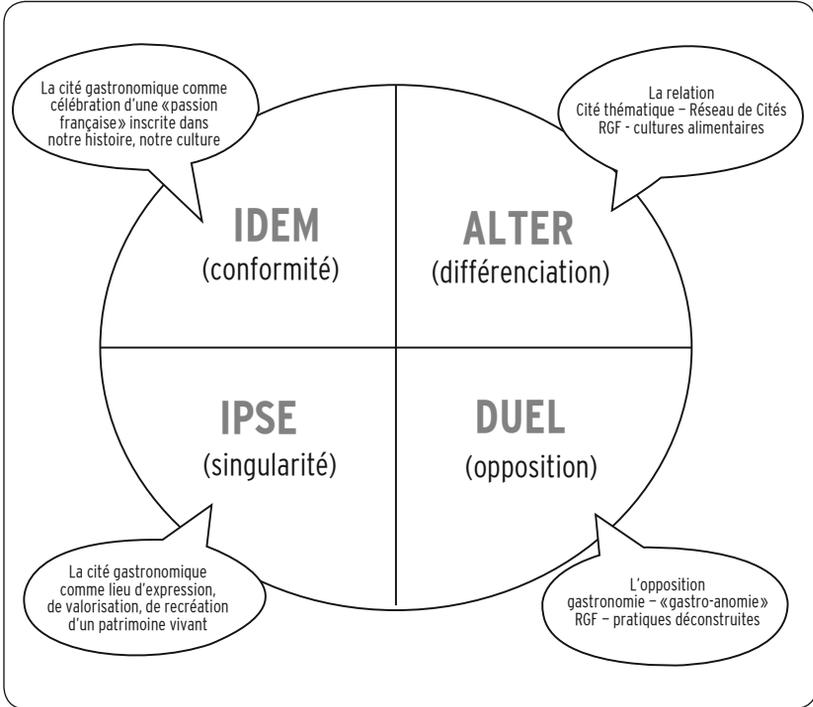
À l'échelle des Cités, où chaque ville devra respecter le cahier des charges de l'Unesco autour du RGF et marquer, dans le même temps, sa place dans le réseau, l'expression identitaire confronte *idem* et *ipse* à une figure non moins complexe et vivante : l'altérité. Celle-ci renvoie à la capacité du réseau à faire entendre des voix singulières mais contrastées, d'une ville à l'autre. D'où les choix thématiques pour distribuer les rôles, différencier les missions (*alter*) tout en servant la cause commune défendue par l'Unesco. Attestant que la valeur naît de la différence, chaque Cité se doit dès lors de construire son propre territoire identitaire, avec des marqueurs distinctifs : situation, architecture, acteurs et programme.

Une affirmation identitaire, dans l'altérité, à ne pas confondre avec la capacité de chaque ville et, plus encore, du réseau dans son ensemble, à défendre et promouvoir, dans la dualité cette fois, un idéal gastronomique contre toutes les formes qui viennent le menacer (*duel*). Sous ce caractère d'hostilité ou d'opposition non constructive, se regroupent des phénomènes variés comme l'uniformisation des goûts et la standardisation, l'atomisation des pratiques gastronomiques, la déconstruction du repas, le snacking et la mal bouffe (Fischler, 1979 ; Ascher, 2005).

Si l'on regroupe et interdéfinit l'ensemble des polarités ainsi identifiées, le réseau des Cités ne s'enferme pas dans une logique univoque. Il se nourrit au contraire des tensions et des oppositions qui dynamisent le processus

de construction de l'identité gastronomique, au prisme du RGF et dans la logique de chacune des Cités. La dynamique de la mise en réseau trouve alors son éclairage à l'intérieur d'un système possible à schématiser en positions et articulations élémentaires :

Figure 2 : dynamique identitaire des Cités.



Pour conclure... provisoirement

En prenant forme, ce système identitaire rend justice à ce que l'on est en droit d'attendre de la dynamique du réseau des Cités : réussir l'équation difficile entre tradition gastronomique et patrimoine vivant, culture immatérielle et matérialisation d'un projet territorial, être fidèle à soi-même et devenir ce que l'on est. Des questions identitaires non pas réifiées dans un modèle figé mais constamment activées par la dynamique des acteurs et toutes les réalisations à mettre en œuvre.

Dès l'origine, la candidature de la France au PCI, au titre du Repas gastronomique des Français a été portée par une vision, une mission. L'inscription au PCI de l'Humanité, en 2010, est venue fortifier cet engagement. Six ans après, c'est devenu un défi pour chacune des Cités élues, confrontées à l'épreuve de la réalité politique, économique, marchande, avec l'obligation de ne jamais trahir l'idéal et la confiance dont l'Unesco reste le garant pour l'Humanité.

Il est intéressant de suivre la construction patiente de ces quatre Cités pour voir, à l'horizon 2018-2019, si cet idéal sera réellement inspirateur et bien servi, en donnant à l'identité gastronomique sa pleine dimension patrimoniale d'ancrage et d'action. Au-delà du projet architectural et de son impact matériel sur le territoire, il faut se fixer sur la valeur immatérielle et universelle du patrimoine, un jeu d'échelles à ne jamais perdre de vue.

Bibliographie

- ASCHER F., *Le mangeur hypermoderne*, Odile Jacob, 2005.
- BOUTAUD J.-J., « L'immatériel pour matière. Le repas gastronomique des Français », *L'invention de la Valeur Universelle Exceptionnelle. Une utopie contemporaine*, sous la direction d'Alain Chenevez et de Nanta Novello Paglianti, Coll. Logiques Sociales, Editions L'Harmattan, 2014.
- COLAS Blaise M., « Forme de vie et formes de vie », *Actes Sémiotique*, 2012, n° 115 : <http://epublications.unilim.fr/revues/as/2631>, consulté le 06/03/2015.
- CSERGO J., *Le Repas gastronomique des Français inscrit au Patrimoine Culturel Immatériel de l'Unesco*, <http://www.lemangeur-ocha.com/texte/le-repas-gastronomique-des-francais-inscrit-au-patrimoine-culturel-immateriel-de-lunesco>, mis en ligne le 19/09/11.
- DUMAS C. (dir.), « Les arts culinaires : patrimoine culturel de la France », Sénat, session extraordinaire de 2007-2008, Annexe au procès-verbal de la séance du 2 juillet 2008, *Rapport d'information fait au nom de la commission des Affaires culturelles sur l'inscription de la gastronomie au patrimoine immatériel de l'UNESCO*, 2008, www.senat.fr/rap/r07-440/r07-4400.html
- FISCHLER C., « Gastro-nomie et gastro-anomie », *Communications*, 1979, n°31.

- FLOCH J.-M., *Identités visuelles*, PUF, 1995.
- FONTANILLE J., *Soma et séma. Figures du corps*, Maisonneuve & Larose, 2004.
- GOODENOUGH W. H., *Culture, Language and Society* (1964) Benjamin-Cummings Publishing Co., Menlo Park, California, 1981.
- MATHÉ T., Tavoularis G., Pilorin T., « La gastronomie s'inscrit dans la continuité du modèle alimentaire français », *Cahiers de Recherche du CREDOC*, n° 267, décembre 2009.
- PITTE J.-R., « Culture alimentaire française : l'urgence de la transmission », *Actes des deuxièmes Assises de la Fondation Nestlé France*, 2011.
- POULAIN J.-P., *Dictionnaire des cultures alimentaires*, PUF, 2012.
- RICŒUR P., *Soi-même comme un autre*, Seuil, 1990.
- TORNATORE J.-L., « Retour d'anthropologie : « le repas gastronomique des Français », Éléments d'ethnographie d'une distinction patrimoniale », *ethnographiques.org*, N° 24 - juillet 2012.
- www.ethnographiques.org/2012/tornatore»<http://www.ethnographiques.org/2012/tornatore>, consulté le 05/03/15

Résumé : *Le repas gastronomique des Français* est inscrit au Patrimoine Culturel Immatériel de l'Humanité (Unesco), en 2010. Parmi les engagements de la France, la création d'une Cité de la gastronomie. Au terme d'un processus de sélection, ce n'est pas une mais quatre villes qui sont élues en juin 2013 : Dijon, Lyon, Paris-Rungis et Tours. Certes, chacune devra faire valoir une thématique identifiante. Mais plus fondamentalement se pose, pour chacune des villes, la question de l'identité gastronomique elle-même, entre préservation et innovation, constance et persévérance. Cette articulation permet d'échapper à un débat stérile sur l'identité et de replacer le discours des Cités, notamment à travers les sites institutionnels, sur un plan de projection élargi où l'identité gastronomique prend toute sa valeur.

Mots-clés : identité, repas gastronomique, Unesco, PCI, Cité de la gastronomie

Abstract: The gastronomic meal of the French was inscribed on the Representative List of Intangible Cultural Heritage of Humanity (Unesco), in 2010. The creation of a *Cité de la gastronomie* falls into France's commitments. After the selection process, no one but four cities were elected in June 2013 : Dijon, Lyon, Paris-Rungis et Tours. Each one of them will have to defend an identifying theme. More fundamentally, all cities should answer the question of gastronomic identity in itself, between preservation and innovation, consistency and perseverance. Through this structuring, we avoid a pointless debate on identity. Finally, Cités (cultural centers) positioning, especially on institutional websites, can be put back in an enlarged estimation context, in which gastronomic identity take on its full value.

Keywords: identity, gastronomic meal, Unesco, ICH, Cité de la gastronomie

