



Regards croisés sur le repas gastronomique des Français

A l'occasion de l'inscription
au patrimoine immatériel de l'UNESCO

Introduction



Le 16 novembre dernier, l'UNESCO a inscrit le repas gastronomique des Français sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité.

Le repas gastronomique, c'est d'abord l'expression d'une singularité française, celle du rapport que chaque citoyen français entretient avec son alimentation. Chez nous, manger n'est pas simplement un besoin ; c'est un plaisir. C'est un art qui a ses codes, ses maîtres et son histoire.

Le repas gastronomique est la forme la plus aboutie de notre modèle alimentaire – un modèle fondé sur le goût des produits, sur la convivialité de la table et sur le respect de certaines règles indispensables à l'équilibre de notre alimentation.

Derrière le repas gastronomique, ce sont bien évidemment la diversité de nos produits et la qualité de nos savoir-faire qui sont récompensées : une décision lourde de sens à l'ère de la standardisation des produits et des modes de consommation.

La gastronomie est un élément clé de l'attractivité de notre pays. Les journalistes et les chefs français qui exercent à l'étranger sont des relais essentiels pour le rayonnement de notre culture. Nous devons les écouter si nous voulons améliorer l'image de notre gastronomie et l'accessibilité de nos produits dans d'autres pays.

Le classement au patrimoine de l'UNESCO apporte à la France une reconnaissance internationale, mais elle lui donne en même temps une grande responsabilité : assurer la préservation et la transmission de son patrimoine alimentaire. Avec le Programme national pour l'Alimentation, nous avons déjà pris un certain nombre de mesures concrètes pour éduquer les jeunes générations au goût, valoriser les éléments constitutifs de notre gastronomie et promouvoir les produits alimentaires français à l'étranger.

L'objectif est simple : la France doit être le pays de la meilleure alimentation au monde. Ensemble, nous pouvons y arriver.

Bruno Le Maire

*Ministre de l'Agriculture, de l'Alimentation,
de la Pêche, de la Ruralité et de l'Aménagement du Territoire*



Regards croisés sur le repas gastronomique des Français



Le regard de...

- | | |
|--|-------|
| 1 — Jérôme FERRER (CANADA)
Convivialité et partage | 06—09 |
| 2 — Robert FONTANA (CHINE)
Formation avant tout | 10—13 |
| 3 — Christophe PRUD'HOMME (ÉMIRATS ARABES UNIS)
La mémoire du goût | 14—17 |
| 4 — Daniel BOULUD (ÉTATS-UNIS)
La bistronomie, une autre forme de gastronomie | 18—21 |
| 5 — Davide OLTOLINI (ITALIE)
La préservation du patrimoine culturel | 22—25 |
| 6 — Raymond BLANC (ROYAUME-UNI)
Le trésor de nos traditions | 26—29 |
| 7 — Alexeï ZIMINE (RUSSIE)
Des relations entre homme et plat | 30—33 |



Jérôme FERRER

Chef copropriétaire de l'*Europea*, Montréal, Canada

Originaire d'un petit village près de Perpignan, après des études en cuisine et en gestion hôtelière, Jérôme Ferrer ouvre en 1997 avec ses deux compères, Ludovic Delonca et Patrice de Felice, le restaurant *Le Panoramique* à Saint-Cyprien. Ils décideront quatre ans plus tard de s'établir à Montréal. Coup de cœur. Les voilà aujourd'hui à la tête d'un des meilleurs restaurants de la ville, l'*Europea*, qui ne cesse de faire parler de lui, méritant notamment en 2009 la distinction Quatre Diamants du CAA et de l'AAA. Critiques et clients sont unanimes : cuisine équilibrée, fraîche et savoureuse, tout en finesse, le tout dans une ambiance méditerranéenne.

Jérôme Ferrer a constamment de nouveaux projets, des idées gourmandes à développer. Il a ouvert deux autres restaurants (*Le Beaver Hall* et *l'Andiamo*) ainsi qu'une école de cuisine (*L'Atelier*), un service de traiteur et une boutique. En 2010, il crée en partenariat sept établissements au Brésil ainsi qu'un espace restaurant dans la plus prestigieuse bijouterie de Montréal. Auteur de plusieurs livres, chroniqueur gastronomique à travers de nombreuses émissions, il est toujours prêt à promouvoir l'art culinaire et à transmettre ses connaissances.

Elu Chef de l'année en 2007 et 2010 par l'association des chefs cuisiniers et pâtisseries du Québec, Maître Cuisinier de France et Membre de l'Académie Culinaire de France, Jérôme Ferrer s'est abreuvé des techniques des plus grands. Il a acquis leur savoir-faire mais a conservé à l'esprit le sens premier de la cuisine : le partage, en respectant toujours le produit et en permettant aux clients de découvrir, derrière, le producteur. Il a tout récemment été nommé Grand Chef Relais & Châteaux.

Convivialité et partage

Le regard de Jérôme FERRER, Montréal, Canada

Votre réaction à l'inscription du « repas gastronomique des Français » au patrimoine immatériel de l'UNESCO ?

Personnellement, je trouve que c'est une très belle chose et une grande nouvelle, il était temps ! C'est la première fois dans l'histoire qu'un pays voit placer sa gastronomie à l'UNESCO. C'est important, parce que cela signifie que l'on considère la cuisine française comme un chef-d'œuvre... Alors bravo.

Bistronomie, un concept unique en développement. « Bistro » pour sa convivialité, « nomie » comme diminutif de gastronomie : l'alliance des plaisirs de la table, du plaisir de recevoir, avec une cuisine simple et plus abordable.

Que représente le repas gastronomique français pour vous ?

La gastronomie française reflète avant tout le savoir-faire, la tradition, le terroir. Être épicurien, se retrouver ensemble, autour d'une table, une table joliment dressée. Du pain bien sûr, de bonne qualité, du vin de nos terroirs, des plats sagement préparés avec des produits de saison. La volonté de bien faire les choses.

La cuisine n'a plus de frontière, elle s'est ouverte à travers tous les continents. En revanche, l'art de vivre à la française est exceptionnel. Ce savoir-faire, ce plaisir de s'attabler, de commencer avec un apéritif, de prendre le temps d'être à table et de finir avec un digestif, on n'a pas réussi à le cloner ici, alors que c'est également cela la gastronomie à la française.

Quel est l'enjeu pour la gastronomie et l'offre française aujourd'hui sur votre marché ?

Aujourd'hui, au Québec, faire rayonner la gastronomie et le patrimoine français passe avant tout par la formation. Le meilleur des exemples, c'est le compagnonnage. Un cuisinier reste le meilleur ambassadeur des artisans et producteurs de terroir. J'utilise avant tout les meilleurs produits d'ici, mais mon art de vivre, mon art de faire, reste celui de la France. Le compagnonnage reste la meilleure arme pour les jeunes, de façon à transmettre ce savoir-faire français.

Décrivez-nous en trois mots la gastronomie et l'art de vivre français.

Comme Auguste Escoffier l'avait commenté, l'art de vivre à la française et de s'attabler, c'est d'être avant tout en bonne compagnie, d'avoir un très bon repas. C'est-à-dire bien manger et bien boire avec surtout de bons produits. Car sans bons produits, il n'y a pas de bonne cuisine, c'est fondamental.

Quel type de produit français travaillez-vous le plus ? Pourquoi ?

J'aime travailler les produits français, ici au Québec, avec notre façon de faire à l'*Europea*. Bien sûr, je travaille également les produits d'ici, parce que ça fait partie du patrimoine de la gastronomie locale. Mais j'aime mettre en valeur l'art de vivre et de faire à la française, travailler le foie gras, les macarons, les braisés, les sautés, les mijotés...
La cuisine d'avant.

L'offre française demain...

Aujourd'hui, nous offrons de la gastronomie française dans mon restaurant, mais nous avons voulu étendre nos produits, parce que pour moi, il n'y a pas de grande ou de petite cuisine, il n'y a que de la bonne ou de la mauvaise cuisine.

Nous avons donc décidé d'ouvrir dernièrement un espace gourmand dans la plus belle bijouterie de Montréal, dans le centre-ville. C'est un concept unique de bistronomie - « Bistro » pour sa convivialité, « nomie » comme diminutif de gastronomie - où l'on retrouve un concept moderne alliant les plaisirs de la table, le plaisir de recevoir dans le bien-être, dans la simplicité, avec une cuisine abordable.







Robert FONTANA

Président Asie des Disciples d'Escoffier, Shanghai, Chine

Avec une étoile Michelin, une toque au Gault & Millau, noté 15/20 dans le Hubert Guide, Robert Fontana incarne la cuisine raffinée dans le tout Shanghai depuis 1997. Il a ouvert la voie pour l'établissement de la « French Fine Cuisine » à travers son engagement dans des événements de grande envergure et la demande croissante de son savoir-faire. Son expérience en Chine compte notamment l'organisation du dîner Global Fortune Forum en 1999, ainsi que de nombreuses missions consulaires où il aura l'honneur et le privilège de servir les plus grands de ce monde.

Maître Cuisinier de France, Chevalier de l'Ordre du Mérite Agricole, Robert Fontana est aussi le président-fondateur des Disciples d'Escoffier en Asie. Il se consacre activement à la transmission du savoir et des valeurs aux jeunes générations, au respect des traditions de la grande cuisine française à travers ses évolutions dans le temps. Sous sa houlette, de nouvelles délégations s'ouvrent à travers toute l'Asie : à Shanghai puis Hong Kong et dernièrement aux Philippines, au Vietnam et à Singapour.

Toulousain d'origine, Robert Fontana ne manque ni d'atouts ni d'énergie. Rôdé aux grandes ouvertures - *La Coupole* avec le groupe Flo à Paris, puis un restaurant gastronomique dans le mythique Peace Hotel et le banqueting du Convention Center à Shanghai, il est aujourd'hui en charge du développement en Asie des cuisines de City Super pour le département traiteur et gère plus de 35 établissements. Il est enfin le vice-président de l'association « Cooking for Life » basée à Hong Kong, qui se consacre à améliorer la vie des enfants défavorisés à travers l'éducation à la cuisine.

Formation avant tout

Le regard de Robert FONTANA , Shanghai, Chine

Votre réaction à l'inscription du « repas gastronomique des Français » au patrimoine immatériel de l'UNESCO ?

Il était temps. La France est connue pour sa nourriture dans le monde entier, mais elle est aussi réputée pour ça. On le voit très bien ici avec les Chinois. Il semble normal que la cuisine soit reconnue à la hauteur de l'influence qu'elle a à travers le monde.

Ce support officiel va aussi nous permettre de continuer nos actions. Tout le monde connaît et surtout respecte le patrimoine mondial de l'UNESCO. Tout le monde sait ce que le patrimoine mondial atteste : l'exceptionnalité, le caractère unique de la chose.

Ce qui est important pour nous aujourd'hui, c'est de faire comprendre la cuisine française

Quel est l'enjeu pour la gastronomie et l'offre française aujourd'hui sur votre marché ?

Ce qui est important pour nous aujourd'hui, c'est d'ouvrir, de faire comprendre la cuisine française en Chine. Bien entendu les Chinois la connaissent, mais il faut aussi savoir l'apprécier, la découvrir et la comprendre.

Ce que sont les produits, l'importance de la préparation et comment le faire. Voilà ce que nous souhaitons développer.

La cuisine doit se transmettre, mais il faut faire attention car il est difficile de vouloir développer à grand échelle quelque chose d'unique comme la cuisine française sans en amoindrir la qualité. C'est pourquoi la chose la plus importante est de comprendre comment la cuisine française fonctionne et cela passe par une formation constante.

Décrivez-nous en trois mots la gastronomie et l'art de vivre français.

Charme. Rêve. Unique.

Quel type de produit français travaillez-vous le plus ? Pourquoi ?

Le produit que je travaille le plus est le foie gras. Pourquoi ? Venant du Sud-Ouest, cela me semble naturel. De plus, le foie gras est par excellence en Chine la représentation de l'image de la gastronomie française.

Les attentes des consommateurs évoluent-elles par rapport aux produits et à la gastronomie française ?

Oui. Il y a eu une période où ils recherchaient des choses savantes, compliquées. Il y a eu la mode de la cuisine moléculaire...

Et depuis quelque temps, ils reviennent aux saveurs simples et traditionnelles.

Tout le monde parle des chefs étoilés sans trop bien comprendre la spécificité de notre gastronomie. Les Chinois voudraient bien de la gastronomie française, mais à la chinoise. On est bien loin de la tradition entrée / plat / dessert et c'est quelque chose qui paradoxalement pourrait changer la « structure », si typique, du service français. Les consommateurs veulent quelque chose de moins formel, tout en gardant le côté raffiné de la cuisine française. Cela est un réel challenge pour tous les professionnels de la gastronomie française.

L'offre française demain...

Pour apprécier la gastronomie, il faut la vivre : la goûter, la sentir, mais surtout voir l'environnement dans lequel elle évolue en France. Plus que manger, c'est une culture.

C'est complètement différent d'aller dans un restaurant français à l'étranger, même si c'est agréable. Un séjour gastronomique en France, personne ne peut l'oublier !

Bien sûr aujourd'hui, la restauration française est très présente. En Chine, il est courant de trouver du foie gras et les noms comme ratatouille, escargot, croque-monsieur sont rentrés dans le vocabulaire courant de la gastronomie française.







Christophe PRUD'HOMME

Chef exécutif de l'Al Bustan Rotana, Dubaï, Emirats Arabes Unis

Originaire de Normandie, après des études de commerce, la destinée de Christophe Prud'homme se révèle rapidement : à 21 ans, il reçoit son premier couteau par Jean-François Langevin, Meilleur Ouvrier de France Pâtisserie. Dès lors, de Paris à Londres où il exercera douze ans, puis Dublin et Sharm El Sheikh, Christophe Prud'homme fait ses armes et acquiert des responsabilités dans les plus prestigieux établissements (*Le Pré Catalan* de Lenôtre, *Sheraton*, *Four Seasons*, *The Dorchester*, *Marriott* etc.). Il est aujourd'hui chef exécutif de l'Al Bustan Rotana à Dubaï.

Figure populaire et réputée sur la scène culinaire de Dubaï, responsable des concours cuisine pour le groupe Rotana lors du Gulf Food, Christophe Prud'homme est reconnu Chef de l'année 2010 par la presse et ses pairs lors des Middle East Caterer Awards. Il est alors décrit comme virtuose de la cuisine française et félicité pour ses réalisations remarquables dans le développement et la bonne formation du personnel.

Membre du comité de sélection du Bocuse d'Or à deux reprises, représentant avec fierté la tradition et la cuisine française au delà des frontières, Christophe Prud'homme dresse le partage au cœur de sa mission. Mettre en valeur les produits afin de donner du plaisir, ainsi que transmettre sa passion et ses connaissances auprès des employés, des clients et des médias se révèlent être sa confession. Il est récemment nommé Maître Cuisinier de France.

La mémoire du goût

Le regard de Christophe PRUD'HOMME, Dubaï, Emirats Arabes Unis

Votre réaction à l'inscription du « repas gastronomique des Français » au patrimoine immatériel de l'UNESCO ?

L'inscription du repas gastronomique au patrimoine de l'UNESCO est l'apogée de l'art de vivre et de la façon de considérer le fait de se sustenter. La façon de se nourrir est un événement social qui permet de réunir des individus, de partager des goûts, des idées et des croyances diverses.

La gastronomie réunit, elle génère le partage, la passion et l'amour du bien-être. Cela représente donc les valeurs nobles et représentatives de notre pays et de ses richesses.

Celles-ci sont variées et abondantes et elles laissent libre court à l'interprétation. La gastronomie est subjective et offre la possibilité d'en jouer, c'est la création et l'imagination à l'image d'un musicien. Nous aussi nous avons des maestros pour jouer la gamme !

Décrivez-nous en trois mots la gastronomie et l'art de vivre français.

La passion. La générosité. La joie de faire plaisir et d'en donner. En une phrase : le souvenir de l'éducation de mes parents !

Quel est l'enjeu pour la gastronomie et l'offre française ?

La France et la gastronomie française représentent une joie de vivre, un héritage social.

Protégeons-le et développons-le positivement, tout en restant ouvert et à l'écoute des nouveaux marchés qui se présentent. Le diamant est disponible pour tout le monde, il ne suffit que de l'exploiter avec passion.

La façon de se nourrir est un événement social qui permet de réunir des individus, de partager des goûts, des idées et des croyances diverses.

Et, aujourd'hui sur votre marché ?

L'image française et les produits français se trouvent dans une sorte de fourmilière gastronomique. Les variétés ethniques sont abondantes, les goûts sont différents et les convictions aussi. L'image, la richesse et l'icône de la gastronomie française planent toujours, mais elles s'intègrent désormais dans un environnement extrêmement riche et varié qui se développe. L'offre est présente, la variété est là selon les envies, les origines, les humeurs et bien d'autres facteurs sociaux. Le consommateur est avide

de nouveautés. Le produit de base est riche et disponible. Le résultat n'est qu'une interprétation subjective de tout cuisinier et chef, tel un virtuose.

Quel type de produit français travaillez-vous le plus ? Pourquoi ?

Le poisson, le foie gras. Ils sont au menu de notre restaurant gastronomique. Ces produits ne sont pas limités à l'importation comparés au marché de la viande par exemple.

Les attentes des consommateurs évoluent-elles par rapport aux produits et à la gastronomie française ?

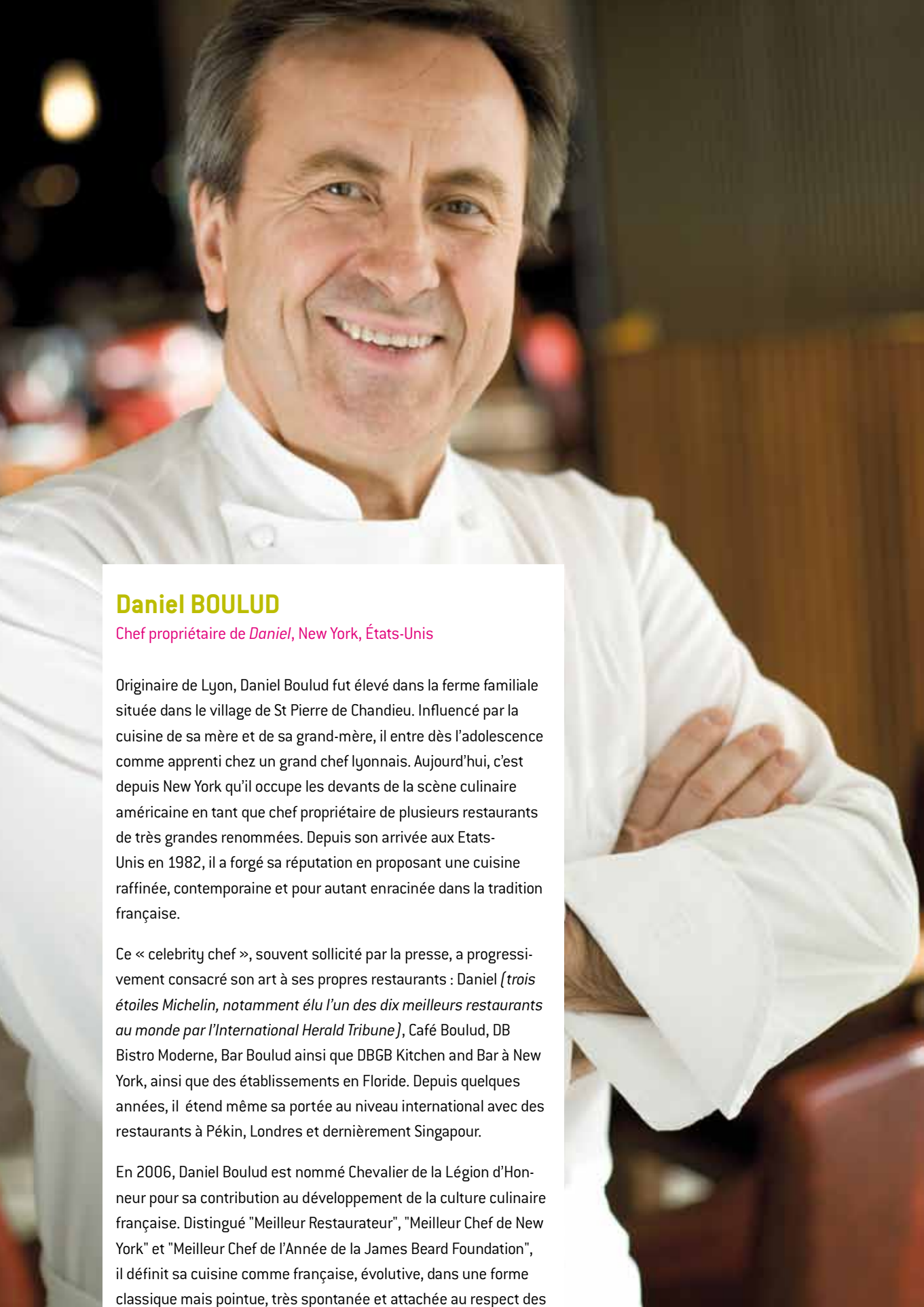
Bien sûr. Chaque consommateur est différent et évolue selon son niveau social (*éducation et situation professionnelle*). Chaque individu a le choix de goûter divers produits et d'apprécier différents parfums.

Chaque individu a un odorat et un niveau social gustatif, mais ceux-ci peuvent éventuellement se modifier et changer au cours de la vie.

Nous attendons toujours plus et nous sommes friands de découvrir de nouveaux produits et goûts. Un plat est le mariage harmonieux de divers ingrédients et produits disponibles, ce qui laisse part à la subjectivité : « J'aime, j'aime pas » ! Le concept le plus dynamique à mes yeux est celui du goût !







Daniel BOULUD

Chef propriétaire de *Daniel*, New York, États-Unis

Originaire de Lyon, Daniel Boulud fut élevé dans la ferme familiale située dans le village de St Pierre de Chandieu. Influencé par la cuisine de sa mère et de sa grand-mère, il entre dès l'adolescence comme apprenti chez un grand chef lyonnais. Aujourd'hui, c'est depuis New York qu'il occupe les devants de la scène culinaire américaine en tant que chef propriétaire de plusieurs restaurants de très grandes renommées. Depuis son arrivée aux États-Unis en 1982, il a forgé sa réputation en proposant une cuisine raffinée, contemporaine et pour autant enracinée dans la tradition française.

Ce « celebrity chef », souvent sollicité par la presse, a progressivement consacré son art à ses propres restaurants : Daniel (*trois étoiles Michelin, notamment élu l'un des dix meilleurs restaurants au monde par l'International Herald Tribune*), Café Boulud, DB Bistro Moderne, Bar Boulud ainsi que DBGB Kitchen and Bar à New York, ainsi que des établissements en Floride. Depuis quelques années, il étend même sa portée au niveau international avec des restaurants à Pékin, Londres et dernièrement Singapour.

En 2006, Daniel Boulud est nommé Chevalier de la Légion d'Honneur pour sa contribution au développement de la culture culinaire française. Distingué "Meilleur Restaurateur", "Meilleur Chef de New York" et "Meilleur Chef de l'Année de la James Beard Foundation", il définit sa cuisine comme française, évolutive, dans une forme classique mais pointue, très spontanée et attachée au respect des saisons comme des produits locaux. Un style culinaire que l'on retrouve dans l'un de ses six livres de cuisine, mais aussi dans son émission « After Hours with Daniel ».

La bistronomie, une autre forme de gastronomie

Le regard de Daniel BOULUD, New York, États-Unis

Votre réaction à l'inscription du « repas gastronomique des Français » au patrimoine immatériel de l'UNESCO ?

J'ai toujours pensé que la gastronomie française était un trésor, le trésor de la cuisine. C'est une grande chose qu'elle ait été reconnue au patrimoine immatériel de l'UNESCO. Pour moi aujourd'hui, aux Etats-Unis, si je peux pratiquer la cuisine que j'exerce, si on peut avoir des fournisseurs, des produits et un personnel passionné et intéressé, c'est grâce à l'histoire de la cuisine française avant tout. Elle remonte à très loin. J'ai une belle collection de livres qui m'emmène au fil des siècles où justement la cuisine française était certainement déjà une des plus belles, une des plus grandes cuisines au monde.

La cuisine française c'est avant tout la gastronomie, mais c'est aussi une cuisine bourgeoise, une cuisine régionale, une cuisine de bistro, de bouchon, de brasserie.

C'est formidable que le repas gastronomique ait été retenu par l'UNESCO. Mais est-ce pour l'accrocher au musée et y penser, le regarder ? Ou est-ce vraiment pour l'utiliser, pour inspirer les jeunes et pour le futur de l'éducation de la cuisine dans le monde ? Ça, c'est le plus important.

Si nous avons eu la reconnaissance, il faut maintenant savoir l'utiliser, au profit justement du public, mais surtout des jeunes cuisiniers.

Que représente le repas gastronomique français pour vous ?

Le repas gastronomique, comme tout repas, commence par le produit. Je pense qu'en France, ce que l'on a bien su faire, c'est surtout exploiter chaque région et chaque village en ayant des producteurs, des éleveurs et des artisans avec la passion du produit. Si nous avons pu élever notre cuisine, c'est justement grâce à la beauté du produit.

Les vins ont également contribué à la création de la cuisine en France. Nous avons les plus belles régions viticoles au monde et le plus d'histoire dans ce domaine. Il fallait donc une belle cuisine pour ces grands vins. C'est pourquoi dans la gastronomie, dans la cuisine que je fais, je pense toujours au vin, au mariage du vin et de la cuisine.

Quel est l'enjeu pour la gastronomie et l'offre française aujourd'hui sur votre marché ?

Aujourd'hui la cuisine voyage énormément, peut-être plus que jamais et la gastronomie française se dilue un peu dans une gastronomie globale. On trouve de grands restaurants en Scandinavie, en Asie, de partout, sans trop savoir s'ils sont français ou pseudo français. La France a donc toujours cette responsabilité d'éduquer et de continuer à inspirer. L'important pour nous en tant que chefs, c'est de toujours perpétuer un certain esprit, un certain style et de l'emmener, de le faire voyager. Les enjeux sur le marché américain ont toujours été les mêmes, c'est-à-dire de pouvoir représenter la France à son plus haut niveau.

La cuisine française c'est avant tout la gastronomie, mais c'est aussi une cuisine bourgeoise, une cuisine régionale, une cuisine de bistro, de bouchon, de brasserie... On a tout cela et on a tendance à l'oublier, parce qu'il y a beaucoup d'autres tendances - asiatiques, américaines etc. - qui se sont mises en travers. La cuisine française se portait très bien, mais l'on s'est un petit peu fait noyer par cette influence globale de la cuisine fusion, cet effet de mode.

Mais la nouvelle génération, les jeunes, commencent à réaliser que « branché » ne veut pas toujours dire très bon. Alors que la cuisine française, qui est beaucoup plus, peut être canalisée sur des choses classiques et sur des choses qui vous ramènent le plus de souvenirs. Ce qui est important dans la cuisine c'est « The Memory of taste », la mémoire du goût. Elle revient avec des plats que l'on a peut-être connu dans le passé, ou que l'on rêve d'avoir, ou qui laissent une trace. Je pense que la cuisine française, pour cela, est unique.

Quel type de produit français travaillez-vous le plus ? Pourquoi ?

À New York, il est évident que l'on utilise quelques produits français. C'est la saison de la truffe noire par exemple en ce moment, donc on importe de la truffe noire.

La saison de l'asperge va bientôt commencer, on importera alors des asperges blanches de Provence. Sans oublier quelques poissons, du turbot puisqu'il n'y en a pas sur les côtes ici, de la sole, ainsi que des fromages.

Il n'y a pas vraiment de terroir, d'histoire ou de label régional ici ; mais on a néanmoins des fermiers locaux qui nous apportent des produits extraordinaires, avec des souches et des races qui sont parfois originaires de France.

L'offre française demain...

J'ai appris avec les plus grands maîtres en France. Ils étaient tous principalement concentrés sur leurs restaurants gastronomiques, mais j'ai toujours aimé le côté convivial, le côté jovial et le côté certainement abordable et délicieux de la cuisine de bistro. À New York, quand j'en ai eu la possibilité, j'ai voulu me développer sur des choses un peu plus « casual », décontractées, tout en mettant en avant le produit, mais un produit simplifié, traditionnel. C'était avant tout l'âme de la cuisine plus que l'imagination. Dans ces bistros, comme DB Bistro ou Bar Boulud, on a fait un programme de charcuterie par exemple. Est-ce qu'il y avait un besoin ? Était-ce une mode ? Non, pas du tout. J'ai voulu faire ce que je voulais et rester le plus traditionnel, créatif, authentique, en ayant les meilleurs produits.

La France a toujours été associée à une image de grande restauration un peu pompeuse, les grands dîners, les grands repas..., mais aujourd'hui il y a une génération de jeunes chefs. Ils ont appris et travaillé chez

les grands, et ne pouvant pas eux-mêmes s'offrir un restaurant tel que leurs maîtres, ils ont décidé d'appliquer toutes leur connaissances gastronomiques dans du bistro. Il y a peut-être plus de 600 Bib Gourmands* en France. On y mange pour moins de 30 euros à midi et peut être 45 euros le soir. Ces restaurants sont reconnus pour leur table, leur cuisine, leur spécialité ou leur originalité ; c'est donc un très bon mouvement positif pour la cuisine française.

Une bonne éducation en France est aussi primordiale. Les écoles de cuisine ont encore beaucoup de progrès à faire par rapport aux États-Unis, où l'on a par exemple le Culinary

Institute of America d'où sortent 1 500 cuisiniers par an et où toutes les cuisines du monde sont représentées. On pourrait donc se permettre d'avoir en France une université de la cuisine rien qu'avec la cuisine française, pour y transmettre notre savoir mais aussi notre passion. Car la gastronomie ou la bistro-nomie, c'est aussi une question de passion. Et c'est pour cela qu'on arrive à inspirer les jeunes, à faire le meilleur avec le plus simple ou le plus beau.

* Le « Bib Gourmand » est une distinction attribué par le guide *Les bonnes petites tables du guide Michelin*. La définition de cette récompense de « Bib Gourmand » est de proposer un menu complet à un très bon rapport qualité/prix.





Davide OLTOLINI

Journaliste et critique gastronomique, Milan, Italie

Enfant de Lombardie, Davide Oltolini est né et habite à Pavie non loin de Milan. Journaliste, critique, formateur mais aussi expert en analyse sensorielle, il est un vrai passionné de gastronomie. Ses produits de prédilection : le vin, le fromage, l'eau, le chocolat, les glaces, le café ainsi que la bière et la charcuterie... Il vient en France pour la première fois en 1982, en tant que lycéen à Besançon. Appréciant le raffinement du goût français, le gourmet a arpenté nombreuses de nos régions par la suite. Il est aujourd'hui le porte-parole des fromages français en Italie et il participe à la campagne « Evviva les fromages » mise en place dans sept pays européens.

Pour ce maestro des techniques de dégustation, il n'y a pas que le goût pour apprécier un produit. L'homme avant de déguster un vin, un spiritueux ou une eau, regarde, hume sans cérémonial juste dans le respect du produit. Il collabore d'ailleurs avec le Comité interprofessionnel du vin de Champagne. En 2010, il est membre du jury de la finale italienne du Concours Européen des Ambassadeurs du Champagne et juré pour la sixième édition du concours « Champagne et Cuisine Régionale Italienne » réservé aux élèves des écoles hôtelières.

En bon connaisseur de la gastronomie française, Davide Oltolini se dit impressionné par le grand professionnalisme des Français et leur grande capacité à promouvoir leurs terroirs, leurs produits. Journaliste actif dans la presse grand public et spécialisée, à la télévision et à la radio, il est aussi auteur dans le cadre d'ouvrages collectifs et pour les guides de *Il Gambero Rosso*, leader en Italie dans le secteur de l'édition, la formation et la communication à la culture du goût.

La préservation du patrimoine culturel

Le regard de Davide OLTOLINI, Milan, Italie

Votre réaction à l'inscription du «repas gastronomique des Français» au patrimoine immatériel de l'UNESCO ?

Il est important et méritoire que nous nous soyons rendu compte de la valeur que représente certaines traditions et cultures culinaires pour l'Humanité toute entière.

Le « repas gastronomique Français » fait, sans aucun doute, partie de ces traditions. En effet, l'innovation est sûrement importante, mais la préservation du propre patrimoine culturel est fondamentale.

Quel est l'enjeu pour la gastronomie et l'offre française aujourd'hui sur votre marché ?

En Italie, nous assistons à la redécouverte de la gastronomie régionale et des produits de terroir, phénomène que l'on retrouve également en France. De fait, j'estime qu'il y a assez de place et d'intérêt sur le marché italien pour ces produits qui ont une histoire et un lien territorial très marqués.

Décrivez-nous en trois mots la gastronomie et l'art de vivre français.

Raffinée. Captivante. Riche.

Les attentes des consommateurs évoluent-elles par rapport aux produits et à la gastronomie française ?

Pendant un certain temps, l'image de la France est restée liée à la Nouvelle Cuisine,

à des restaurants formels, élégants, ainsi qu'à quelques spécialités laitières très connues en Italie. Nous réalisons maintenant que la gastronomie française est bien plus que cela, car extrêmement riche et articulée. Mais les personnes qui s'en aperçoivent sont limitées à une catégorie assez restreinte de la population.

Il est important et méritoire que nous nous soyons rendu compte de la valeur que représente certaines traditions et cultures culinaires pour l'Humanité toute entière.

Quelle est la place de l'offre française sur le marché italien ?

Certains produits français peuvent tout à fait être consommés aux côtés de produits italiens, comme le vin par exemple, et être utilisés comme ingrédients innovants pour

revisiter des recettes italiennes. Il faut penser à l'utilisation intelligente des réseaux sociaux et à la réalisation d'événements où produits italiens et français de même typologie seraient présentés ensemble, non en compétition, mais en synergie, charcuterie française et italienne, fromages français et italiens...

Il faut aussi penser à atteindre différentes typologies de consommateurs italiens, qui

ne restent pas indifférentes aux charmes exercés par la gastronomie française, par le moyen de canaux et de messages ciblés, dans les endroits les plus tendances.







Raymond BLANC OBE*

Chef patron du *Manoir Aux Quat' Saisons*, Oxford, Royaume-Uni

Autodidacte, Raymond Blanc est aujourd'hui l'un des chefs les plus respectés du Royaume-Uni. Sa plus grande inspiration : sa mère, qui n'utilise que des produits frais, locaux et de saison, et pour qui la cuisine n'est pas seulement un acte créatif mais un acte d'amour. En 1972, Raymond Blanc quitte sa Franche-Comté natale pour travailler comme serveur en Angleterre. Le chef de cuisine de l'époque tombe malade, c'est donc par hasard qu'il se retrouve à devoir reprendre ses fonctions.

Puis les projets s'enchaînent. Un premier restaurant à Oxford au succès immédiat et distinctions nombreuses. Une boulangerie-pâtisserie qui fournira Harrods et les plus grands restaurants de Londres. Un hôtel-restaurant plébiscité, *le Manoir Aux Quat' Saisons*, seul établissement de ce type dans le pays à obtenir deux étoiles Michelin. Puis les *Brasseries Blanc*, offrant des plats français classiques et modernes à base de produits frais, de saison, à des prix abordables ; un endroit pour se détendre et profiter de la « real French Food, close to home ».

Académicien de l'Association Internationale des Maîtres Conseils en Gastronomie Française, Membre du Club des Cent, Raymond Blanc n'est pas de ceux qui gardent jalousement leurs secrets et leurs passions. Il a encouragé et nourri certaines des plus célèbres personnalités dans ses cuisines, ce n'est pas étonnant qu'il ait été élu « AA Chef's Chef of the Year » par ses pairs en 2005. Il publie de nombreux livres à succès et participe à des programmes télévisés et autres associations variées, incluant aussi bien la cuisine que les affaires ou encore l'agriculture et le jardinage. Ses convictions demeurent cependant les mêmes : frais, local, de saison et bien sûr savoureux.

* Order of the British Empire, titre de renom donné par la Reine d'Angleterre.

Le trésor de nos traditions

Le regard de Raymond BLANC, Oxford, Royaume-Uni

Votre réaction à l'inscription du « repas gastronomique des Français » au patrimoine immatériel de l'UNESCO ?

La gastronomie va vraiment du plus simple au plus compliqué, de la petite salade de tomates aux trois étoiles Michelin, et la France a su la préserver, la célébrer et l'inclure dans sa culture de tous les jours. L'UNESCO a voulu représenter toutes ces valeurs, celles de partage, de savoir faire, de transmission d'une génération à l'autre : ces valeurs d'agriculture, de beaux produits, de rire autour d'une table et la possibilité de, peut-être, créer une meilleure société. Cette gastronomie de tous les jours touche tout, c'est toute la France : son agriculture, sa géographie, sa politique...

Décrivez-nous en trois mots la gastronomie et l'art de vivre français.

Ils pourraient être décrits comme la transmission du savoir faire, le trésor de notre tradition et surtout la multiplicité de notre terroir, le caractère noble du produit.

Quel type de produit français travaillez-vous le plus ? Pourquoi ?

Les produits qui me manquent en Grande Bretagne. La France a une chance inouïe d'avoir une multiplicité de climats, où le printemps par exemple commence en

janvier dans le sud de la France et finit en juin dans le nord, soit six mois, c'est incroyable. On a de la chance, j'importe donc beaucoup de légumes français, de Provence principalement, mais aussi beaucoup de volailles, des poulets de Bresse, des cailles des Dombes, des canettes de Challans, parce que l'on a en France les plus belles volailles au monde. Toutes ces belles choses, ces produits extraordinaires.

La gastronomie va vraiment du plus simple au plus compliqué, de la petite salade de tomates aux trois étoiles Michelin, et la France a su la préserver, la célébrer et l'inclure dans sa culture de tous les jours.

Les attentes des consommateurs évoluent-elles par rapport aux produits et à la gastronomie française ?

Il y a une énorme évolution vis-à-vis de la gastronomie et des produits français dans

le sens où le client moderne veut une gastronomie moderne qui sait s'adapter, qui est plus responsable, notamment vis-à-vis de l'environnement.

L'offre française demain...

L'offre française doit s'ouvrir à toutes les idées possibles : des cultures nouvelles, des marchés nouveaux, tout ce qui peut enrichir la France. J'ai vécu trente cinq ans en Grande Bretagne et je me sens un meilleur Français, plus riche, enrichi par cette multiculture.

C'est l'innovation qui pourra être au cœur même des grands succès de demain, à tous les niveaux : le produit bien sûr, la technologie, l'agriculture qui respecte aussi bien la nature que la terre, notre terre. Il faut s'ouvrir l'esprit.







Alexeï ZIMINE

Journaliste gastronomique, copropriétaire du café-restaurant
Ragoût, Moscou, Russie

Le parcours d'Alexeï Zimine se révèle atypique. Ayant grandi à Doubna près de Moscou et après des études scientifiques poussées, il est aujourd'hui rédacteur en chef du magazine culinaire *Afisha-Eda*. Considéré comme un gourou de la critique alimentaire, sa réputation n'est plus à faire. Il a été, entre autres, co-rédacteur du magazine *Gourmet* et il est toujours en charge de la rubrique gastronomique du journal *Vedomosti* depuis dix ans, ainsi que responsable de la rubrique style, voyage et mode de vie du magazine *Vogue* depuis cinq ans.

Ce qui le distingue de ses confrères, c'est notamment une formation à l'école Le Cordon Bleu à Londres. Alexeï Zimine est un fervent connaisseur de la gastronomie française. Il a servi en tant que stagiaire dans les cuisines de chefs éminents tels Michel Guérard ou Raymond Blanc. En 2010, il ouvre avec un ami un café-restaurant, *Ragoût*, inspiré par ses connaissances de la cuisine française traditionnelle. Dans un cadre moderne, il y garde un esprit d'accessibilité et de convivialité. Cet établissement devient très vite à la mode.

Elu Meilleur rédacteur en chef 2010 par le magazine *GQ*, Alexeï Zimine collabore étroitement avec plusieurs sites Internet consacrés à la gastronomie et au tourisme. Il a créé des émissions culinaires sur deux chaînes nationales. Son show « Nourriture avec Alexeï Zimine » écope d'ailleurs de belles parts d'audience. En 2011 paraît son deuxième livre, « Les cuisines des grandes surfaces », consacré à une cuisine raffinée mais simple à préparer, sur la base de produits que l'on peut trouver en supermarchés. Alexeï Zimine se veut innovant et éducatif sur la scène culinaire russe, mettant de côté l'instruction pédante au profit d'une écriture illustrée accessible, assez révolutionnaire sur ce marché.

Des relations entre homme et plat

Le regard de Alexeï ZIMINE, Moscou, Russie

Votre réaction à l'inscription du «repas gastronomique des Français» au patrimoine immatériel de l'UNESCO ?

L'UNESCO n'a fait que fixer la réalité qui existe depuis deux cents ans sur l'Ancien Continent et depuis une centaine d'années dans le monde entier. C'est un fait indiscutable : du point de vue des relations de l'homme avec la nourriture, enfin, de simples techniques de restauration.

La cuisine française est un lieu commun pour la culture gastronomique mondiale, que l'on soit au Japon ou en Chine, même dans ces pays aux riches traditions culturelles et gastronomiques : la cuisine d'un bon restaurant japonais, tokyoïte ou bien pékinois, est pour une grande partie basée sur les techniques françaises. Tout simplement Escoffier et ses collègues ont trouvé, pour ainsi dire, une solution pour que tout marche bien, pour que le fromage s'associe au pain, pour que le poulet soit rôti d'une manière à ce que cela convienne à tous et que tout le monde se serve de ces découvertes. En somme, cette inscription est tout à fait méritée.

Quel est l'enjeu pour la gastronomie et l'offre française aujourd'hui sur votre marché ?

La gastronomie française a sans doute un nom qui sonne trop fort pour un gastronome ou un consommateur russe moyen. Elle évoque traditionnellement ici la complexité,

le franchissement de sérieuses barrières culturelles, esthétiques et autres. Les premiers restaurants français apparus à Moscou étaient peut-être trop frimeurs, trop sérieux, et ils traitaient les produits alimentaires d'une manière trop formelle. Cela explique pourquoi le consommateur russe l'aborde avec une certaine circonspection.

C'est donc aujourd'hui que revient une attitude simple envers la cuisine française. Notamment dans notre café Ragoût qui montre aux Russes que la gastronomie française n'est pas tellement un objet de musée. Voilà qu'on essaie de rendre à la cuisine française son essence initiale, en s'amusant avec des produits alimentaires, en procurant des plaisirs, en faisant tout ce qui découle des relations entre homme et plat.

Lorsque la personne est servie, qu'elle est devant son assiette, elle voit que c'est facile à manger, que c'est beau et simple, et surtout, que c'est bon.

Le mot « accessibilité », « clarté », est la notion clé dans notre établissement. Nous voulons montrer que toutes ces techniques



gastronomiques, tous ces coups de chapeau tirés à la nourriture, ces traitements minutieux des ingrédients et que tous ces procédés existent, bien sûr, en cuisine. Mais lorsque la personne est servie, qu'elle est devant son assiette, il importe qu'elle voit que c'est facile à manger, que c'est beau et simple, et surtout, que c'est bon.

Décrivez-nous en trois mots la gastronomie et l'art de vivre français.

L'essentiel pour comprendre la cuisine française, qui est à proprement parler la partie principale du « savoir vivre », c'est un mariage très complexe et très fin d'un pédantisme extrême, infini, et de la légèreté. Si l'on réussit à trouver le point de croisement de ces deux choses qui s'excluent pourtant, ce pédantisme qui va jusqu'au formalisme d'envergure et cette légèreté de jeune fille : c'est là que surgit cette gastronomie française, cet art de vivre à la française, léger et aérien, comme un papillon.

Quel type de produit français travaillez-vous le plus ? Pourquoi ?

Tout d'abord le vin, bien sûr, la carte des vins dans notre café n'est pas exhaustive, mais

pour la part du lion elle est française, les références des régions clés y sont représentées. Ce sont principalement les vins français que les clients connaissent vraiment et qu'ils achètent. Car c'est une tradition séculaire, on attend de la qualité, les appellations sont reconnaissables, typiques pour ainsi dire ; il y a aussi les bouteilles bordelaises et bourguignonnes que le consommateur identifie, et il sait à quoi s'attendre en les achetant.

Viennent ensuite les fromages, ou, pour simplifier, les produits d'épicerie. Le choix en France est si vaste qu'au moins un tiers, voir la moitié des fromages dans un supermarché de Moscou est d'origine française. Nous utilisons également des gruaux peu traditionnels, genre couscous et boulgour, mais ce sont des produits fabriqués en France. Même en apportant des éléments maghrébins dans les plats, nous les considérons à travers le prisme de la cuisine française.

En ce qui concerne les produits alimentaires bruts, crus, la viande par exemple, nous en utilisons peu, mais cela est dû aux prix et aux limitations des importations. Nous ne refuserions pas le mouton du Sud de la France et nous utiliserions bien volontiers le bœuf, mais notre restaurant démocratique deviendrait alors un lieu où les plats devraient être

cachés sous des globes d'argent et où nous serions obligés d'embaucher une vingtaine de serveurs de plus.

Les attentes des consommateurs évoluent-elles par rapport aux produits et à la gastronomie française ?

Puisque pendant les quinze ou vingt dernières années c'était une sorte de dictature des Italiens et des Japonais à Moscou, et comme, naturellement, une énorme quantité de restaurants dans ce goût ont fonctionné, ici, les clients s'attendaient plutôt à quelque chose de similaire. Nous avons renoncé à toutes les équivoques concernant les goûts « grand public » et nous n'avons proposé que du français, avec du jambon et du beurre : ce qui n'était pas à la mode et devait être tout à fait « horrifiant ».

Or il s'est trouvé qu'en vingt ans, le public avait été si fatigué par ces manipulations pseudo diététiques qu'offre la nouvelle cuisine italo-nipponne avec son éclectisme, qu'il prenait plaisir à manger toutes nos sauces au beurre et notre « bœuf bourguignon ». Et il ne se plaint pas du tout. Les Russes reconnaissent les plats traditionnels français mais les voient sous un autre angle parce qu'ils comprennent que cela peut ressembler davantage à un repas. Même ceux qui suivent tout le temps des régimes, peuvent se permettre de temps en temps une purée de pommes de terre normale où il y a du beurre, des œufs, pour ainsi dire, tout ce qui doit y être.



Remerciements

Nous tenons à remercier les personnalités suivantes pour leur contribution :

Raymond BLANC, Daniel BOULUD, Jérôme FERRER, Robert FONTANA, Davide OLTOLINI,
Christophe PRUD'HOMME, Alexeï ZIMINE

Ces interviews ont été réalisés par les agences du Groupe Sopexa : Canada, Chine, Emirats Arabes Unis, Etats-Unis, Italie, Royaume-Uni, Russie

Le site portail de l'agroalimentaire français
sur **www.franceagroalimentaire.com**



GROUPE MARKETING INTERNATIONAL
ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

