

NOUVELLES TENDANCES CULINAIRES

INSTITUT EUROPEEN D'HISTOIRE ET DES CULTURES DE L'ALIMENTATION

Préambule : présentation du colloque « Nouvelles tendances culinaires », Tours – 2 et 3 décembre 2005 ¹

2005 est l'année de la première édition du Forum « Nouvelles tendances Culinaires » organisé par l'Institut. Ce Forum a pour vocation de réfléchir aux grandes tendances de la cuisine, aux pratiques culinaires et à la gastronomie de demain. Le mot gastronomie doit bien sûr s'entendre grâce au but qu'assignait Brillat-Savarin, à cette science : « veiller à la conservation des hommes au moyen de la meilleure nourriture possible ». Ce Forum réunira chaque année à Tours les plus grands savants qui observent et analysent l'univers culinaire ainsi que les plus éminents représentants du monde professionnel afin que de ces regards croisés émerge une réflexion commune sur la table de demain.

La première édition du Forum, qui se déroulera à Tours les 2 et 3 décembre 2005, abordera le thème des innovations culinaires. La discussion portera, dans un contexte international de polémique, sur une « crise du métier de cuisinier » en France et sur notre capacité à innover. Il réunira universitaires, professionnels de l'alimentation et critiques gastronomiques. Cinq tables rondes permettront d'aborder les différents enjeux de l'alimentation de demain. Elles porteront à la fois sur les lieux possibles de l'innovation culinaire, sur les moyens (Que peuvent apporter l'industrie alimentaire et les sciences exactes?) et sur le rôle de la tradition. Une dernière table ronde évoquera la question des nouveaux modes de consommation du vin. Ces débats seront complétés par douze ateliers traitant de sujets aussi divers que le végétarisme, le tourisme gastronomique, la création artistique, la formation des cuisiniers de demain...

1.1 1ERE TABLE RONDE : « LES LIEUX DE L'INNOVATION »

Coordinateur : Jean-Pierre Pitte, professeur de Géographie, Président de l'Université Paris – Sorbonne

Participants : Henry Marionnet (Viticulteur en Touraine), Christian Boudan (Cuisinier, Economiste et Psychologue, Auteur de la géopolitique du goût), François Ascher (Professeur Aménagement de l'espace, urbanisme à l'Université de Paris VIII), Jean Bardet (Château Belmont), Pierre Troisgros

1.1.1 PREAMBULE :

Présentation du programme de la table ronde (extrait de la plaquette de présentation du Colloque) :

L'innovation scientifique et technique peut naître dans des périodes dramatiques : famine, épidémies, guerre ... Au contraire, l'innovation culturelle, artistique en particulier, est davantage liée à la paix, à l'harmonie sociale, à la prospérité. C'est tout particulièrement vrai de la haute cuisine et du grand vin qui ont besoin d'amateurs éclairés et acceptant de dépenser les sommes qu'impose leur élaboration. Pendant longtemps, les milieux de cours et les bourgeoisies urbaines ont constitué les terreaux nécessaires. Les grands cuisiniers se concentraient alors dans les capitales politiques et économiques (Pékin, Istanbul, Paris, ...) et les vins de qualité étaient produits comme l'a naguère montré Roger Dion, à leur proximité ou près des voies de communication leur permettant de voyager. Cette règle demeure vraie, mais n'est pas exclusive. La révolution des transports et de l'information permet facilement aux vins de traverser continents et océans. Elle permet aussi aux cuisiniers de s'approvisionner dans le monde entier et aux gourmets de fréquenter des restaurants situés dans des lieux improbables pourvu que les médias aient construit la réputation de ces établissements (exemples de Michel Guérard et de Michel Bras).

Le colloque est destiné à créer un besoin, à devenir entre autres un véritable espace de réflexion et de formation.

L'institut appelle de ses vœux que la thématique portant sur l'Alimentation soit retenue comme grande problématique de recherche pour renouveler et diversifier les sujets de recherche, dans un état d'esprit de coopération et de réflexion.

Il faut sans doute penser notre alimentation, sans aucun doute hors de son cadre usuel (et de la satisfaction du simple besoin physiologique). Claude Lévy Strauss parle au sujet de l'alimentation de « **bon à penser** ». L'alimentation touche : le sensible, le sensuel, et la signification.

¹ Extrait du site de l'IEHA

1.1.2 CHRISTIAN BOUDANT :

Pour Christian Boudant, l'innovation naît rarement dans des périodes de troubles. La créativité prend racine en périodes de paix, dans une harmonie sociale

De même, l'essor de la gastronomie requiert : de l'argent, et des consommateurs avertis. A une époque, les bourgeois ont joué ce rôle. La gastronomie trouve ses racines dans les Hautes cours, royales, dont notamment à une époque : Florence, Paris, ... La gastronomie dans les années 1900 s'est accélérée là où s'est développé le tourisme, dans les lieux couverts par une bonne infrastructure : réseau fluvial, maritime, terrestre, ...

Aujourd'hui, cette logique n'est plus vraie, avec un éclatement du marché en terme de localisation et une motivation des clients à se rendre dans des lieux parfois « inaccessibles ».

En outre, les zones de croissance sont liées aux zones de développement agricole (exemple le riz dans le bassin asiatique, le maïs dans le bassin américain ...), fortement localisées dans un premier temps puis progressivement avec des déplacements : exemple du Moyen-Orient vers l'Europe.

On assiste aujourd'hui à une réelle collusion entre : produits, techniques et mentalités ; de même entre cuisine artisanale, professionnelle (gastronomique) et industrielle. L'innovation touche tous ces domaines, et est héritière des changements politiques et des changements de mentalités (notamment en matière de nutrition, alimentation et maladies).

1.1.3 FRANÇOIS ASCHER :

Les ressources agricoles ont joué un rôle important dans l'innovation, ajoutées à cela le rôle prééminent des couches moyennes supérieures (couches sociales innovantes).

La modernité progresse, et notamment le rapport nouveau qui est donnée à l'innovation : l'innovation n'est plus uniquement la perfection d'une technique classique.

Cette constatation s'accélère dans un contexte où le recul des routines est de plus en plus prégnant de la part des consommateurs ; le rapport à la cuisine change avec un goût et une attirance pour le nouveau, avec une démocratisation de la cuisine et sa diffusion dans des groupes sociaux très divers, dont les couches modestes lors de réception d'amis ...

Il faut ajouter aussi le fait que la grande innovation du moment est lié au choix qu'offre la diversité de la cuisine aux consommateurs : ils ont le choix d'opter soit pour une cuisine de terroir, soit pour une cuisine plus osée, plus déstructurée, plus scientifique, plus expérimentale, **La cuisine est CHOISIE et non plus HERITEE !** Grande problématique du moment marquée par cette interrogation : « qu'est ce que je vais manger aujourd'hui ? »

La cuisine d'aujourd'hui, la fusion food entre autres est un acte d'innovation pour le cuisinier car c'est l'idée d'une « créolisation » des pratiques, marquées notamment par l'intégration de courants culinaires métissés. On assiste alors à une sorte de cosmopolitisme de la cuisine (M. Ascher parle aussi de consumérisation de la cuisine).

1.1.4 PIERRE TROISGROS :

Pierre Troisgros est resté avant-gardiste dans l'âme, déjà depuis tout petit, et cet acquis est un héritage qu'il a reçu de ses parents et grands parents.

Pierre Troisgros se rappelle des années 70, cette époque marquée par la grande innovation du moment, période des nouvelles (nouvelle cuisine, nouveau journalisme, ...) qui a vu le cuisinier changer au point de le voir sortir de sa cuisine pour aller à la rencontre de ses clients, poussés entre autres par ses nouvelles conditions de travail (apparence du cuisinier plus propre, avec le recours à des énergies « plus propres », et la disparition progressive de la cuisine au charbon ...).

Ce qui est fondamentalement intéressant est son rapport au terme « nouveau » et sa hantise dans son utilisation à cette époque (« Nouvelle cuisine » ?).

Le nouveau, pour lui est plus une question d'un nouveau rapport à l'aliment, et entre autres une nouvelle approche dans l'art de cuisiner un produit, et notamment dans son plat emblématique : le saumon à l'oseille, dans lequel il faut retenir l'essentiel : la volonté de réduire la cuisson à son plus juste essentiel, c'est-à-dire une cuisson courte, avec une réflexion profonde sur la taille de la pièce (escalope) pour faciliter la justesse de la cuisson, les saveurs contrastées (la sauce oseille, légèrement acidulée).

1.1.5 JEAN BARDET :

Pour Jean Bardet, sa cuisine est ancrée réellement dans une dynamique de terroir (Pierre Troisgros parle à son sujet non d'une cuisine Franco-française, mais Tourangeau – Tourangeau). Sa cuisine est fortement ancré dans des racines locales, et son approche de l'innovation se décline essentiellement en terme : d'aménagement, association, mélange, assaisonnement, ...

Il met en avant le fait que la cuisine doit avoir **UNE SIGNIFICATION**, être signifiante : la cuisine est tout sauf une cuisine d'amuse – gueule, de superposition parfois maladroite ...

Fondamentalement, le rapport à la nourriture a changé : on ne mange plus pour se nourrir mais pour goûter. Il place d'ailleurs à ce propos le terrain de l'innovation dans les évolutions dans les Arts de la table, et leur cohérence avec celles de la cuisine.

Ce qu'il faut retenir dans l'évolution de la cuisine, n'est-ce pas finalement la justesse du produit, sa cohérence de lieu et de temps, et tout cet univers relativement impalpable qui participe au bonheur du client à table ? ...

Un point à noter dans le discours de Jean Bardet : sa vision du cuisinier, comme un acteur inscrit dans sa société, lecteur assidu du passé (qui a fait l'histoire de sa cuisine) et du présent. Il existe réellement une démarche vers l'hybridation en cuisine, avec l'intégration de gestuels (notamment dans les cuissons, ...), de produits, tout en faisant attention à ne pas trahir son terroir.

1.1.6 HENRY MARRIONNET :

Parfait autodidacte, il s'est imposé progressivement dans cet univers professionnel en cherchant à créer des vins qu'il appelle d'instinct, c'est-à-dire correspondant à des envies ou des univers qu'il cherchait à atteindre. L'innovation dans son cas procède donc par le renouvellement dans les pratiques (exemple de la conduite de nouvelles fermentations, et notamment celle intracellulaire qui conduit à ne pas presser les raisins et à laisser fermenter le jus de raisin dans le raisin, donnant des vins plus fruités).

L'innovation n'a de valeur que si elle poursuit la recherche de la qualité et du plaisir.

L'innovation n'est pas uniquement limitée à de la démarche expérimentale appliquée aux traitements du vin ; elle procède aussi par la renaissance des traditions anciennes (exemple de la recherche de plans de vigne originels, c'est-à-dire non greffé faisant suite à la catastrophe qui a conduit à éliminer la quasi-totalité des vignes touchées par le phylloxera).

1.1.7 JACQUES CAILLOT :

La tradition demeure aujourd'hui un fondement énorme de l'innovation, mais elle n'est pas exclusive : les consommateurs avertis cherchent aussi à se faire peur, à jouer avec l'aliment ce qui renouvelle aussi les pistes dans la création alimentaire.

Les membres de la table ronde ont été amenés à prendre position en terme sémantique sur les notions de tradition et d'innovation: qu'est ce que l'innovation au regard de la tradition ? Certains pensent que la nouveauté devient une innovation quand elle est adoptée par la société, quand elle en fait sienne et qu'elle procède réellement d'une avancée (implicite, explicite voire supposée ...). D'autres pensent que la tradition s'enferme dans un cadre figé, qu'elle ne se prête pas à l'innovation alors que la culture évolue ...

1.2 2EME TABLE RONDE : « LA TRADITION, SOURCE D'INNOVATION CULINAIRE ? »

Coordinateur : Pascal Ory, Professeur d'Histoire contemporaine à l'Université de Paris - Sorbonne
Participants : Alberto Capatti (Recteur à l'Université des Sciences gastronomiques – Italie, directeur de la revue « Slow food » Italie), Gilles Choukroun (Angl'Opéra, président de Génération C), Patrick Rambourg (Historien de l'alimentation chargé d'enseignement à l'université de Paris VII), Luc Dubanchet (Directeur de la revue Omnivore), Alain Dutournier (Le Carré des Feuillants), Gérard Allemandou (La Cagouille)

1.2.1 PREAMBULE :

Présentation du programme de la table ronde (extrait de la plaquette de présentation du Colloque) :

« Par un paradoxe qui n'est qu'apparent (comme tous les paradoxes ?), la tradition, qu'elle soit agricole, vinicole ou culinaire sert d'argument pour des propositions de petites « redécouvertes » ou de grands « retours ». Le discours, parfois polémique qui sous-tend ces initiatives se fonde soit sur une philosophie de l'Authenticité, soit sur une idéologie du Droit d'aînesse des Anciens sur les Modernes, soit tout simplement sur une curiosité sans tabou. Dans quelle mesure s'agit-il d'un travail rigoureux ou, au contraire, d'une fantasmagorie, d'une « invention de la tradition » ? Peut-on citer des exemples précis de réussite (et aussi d'échec) de cette démarche consistant à faire du neuf avec du vieux ? Aujourd'hui, où le « patrimoine » est mis à toutes les sauces, reste-t-il encore des héritages oubliés, occultés, méprisés qui mériteraient une redécouverte ? Et lesquels ? »

La tradition est mise à toutes les sauces. Le rapport à la tradition constitue une sorte de paradoxe dans la cuisine, avec :

- un rapport de re-découverte (souvent la conséquence d'un oubli, d'une perte, voire d'une mise à l'écart volontaire ou involontaire, d'un accident dans l'histoire qui fait qu'une technique, qu'un gestuel est « effacé » de la mémoire collective ...), fruit du hasard ou d'une recherche de type universitaire
- un rapport de mythe à la tradition, avec le leitmotiv « éternel retour aux sources ». Ce retour vers une authenticité, une simplicité, un terroir notamment est sans doute aussi une marque d'une déstabilisation de la société, qui cherche à se réfugier dans ses valeurs supposées stables, sûres : faut-il y voir un effet de mode face à la mondialisation ?
- un rapport à la ré-invention de la tradition, et notamment en empruntant des détours quelque peu fantasmagoriques

1.2.2 PATRICK RAMBOURG :

L'image figée de la tradition persiste dans la représentation du cuisinier (symbolisant la codification, la norme). Or, il convient de spécifier que le terme Tradition signifie : la transmission d'un savoir, passé par la formation (le propre de la formation est alors de passer, transmettre un bagage, sorte de socle de base dans la construction du profil technique de l'élève).

Il n'est pas rare de constater combien des plats d'apparence innovant ne le sont pas vraiment car ils ont été déjà codifiés par nos prédécesseurs, et parfois oubliés ... (exemple de la crème brûlée, codifiée entre autres par Massialot ; du principe de la Blanquette, appliquée à d'autres produits que le veau comme le poisson, codifiée aussi par Auguste Escoffier et Jules Gouffé, ...).

NB : la trace (les écrits entre autres), comme élément important dans la conservation de la mémoire, des éléments constitutifs d'une tradition ...

Par contre, ce que peut apporter l'innovation, est sans doute la possibilité d'une ré-interprétation des plats classiques, comme par exemple l'incorporation dans le riz accompagnant la Blanquette de petits légumes « croquants », par la perte de sa liaison caractéristique au roux au profit d'une liaison par réduction et crème, plus en concordance avec le souci de notre époque en terme d'équilibre et de santé. Autre exemple : le civet de lièvre, dont l'appellation a traversé les âges et les écrits avec une évolution dans sa technique de réalisation, en parallèle avec l'évolution des goûts et des techniques.

Autre exemple : le lait d'amande, plat d'inspiration médiéval, et réinterprété aujourd'hui sous forme de glace.

Enfin, l'exemple des « Poires rôties au poivre » était un mariage courant du temps d'Apicius, et disparaît ensuite de notre tradition culinaire avant de renaître sous la même forme...aujourd'hui !

L'innovation procède aussi par le recours à des produits « hors normes » : exemple du panais et du verjus, authentiques ingrédients de l'époque médiévale, et oubliés dans notre culture jusqu'à leur réintroduction récemment dans notre cuisine (alors même que le panais par exemple a persisté dans la culture Anglo-saxonne).

La tradition participe sans doute de la création culinaire

1.2.3 ALBERTO CAPETTI :

Alberto Capetti se propose de questionner la complémentarité entre la tradition et l'innovation, du moins si elle existe ... Son introduction vise à mettre en lumière le fait que chaque catastrophe (guerre, épidémie, ...) questionne l'être humain sur son futur alimentaire et l'incite à penser ou repenser la tradition.

Chaque catastrophe est une rupture, chaque rupture est une source d'amnésie. Ce mécanisme complexe d'amnésie serait à analyser, car il se caractérise vraiment comme une rupture, une ignorance de mets, de produits à une époque donnée qui modifie de manière brutale la tradition.

La tradition sans cette rupture n'existe pas.

Aujourd'hui, la tradition est guidée par l'omniprésence : d'un rapport nouveau au vivre et notamment au **bien vivre**, d'un besoin de régulation des systèmes productifs, et d'une affirmation de la légitimité **nutritionnelle** des produits.

1.2.4 LUC DUBANCHET :

Le débat autour de la tradition est marqué en France par une attitude très émotionnelle des Français à l'égard de cette tradition ; le discours emprunte souvent la voie passionnelle quand il s'agit de parler de tradition et de création.

Les discours sont souvent frontaux, et la tradition s'oppose quasi automatiquement à la création.

Il convient de s'interroger sur l'existence supposée d'une 3^{ème} voie, qui n'est ni la tradition, ni la création. Cette 3^{ème} voie pourrait se résumer à la cuisine française, à son rôle de passeurs, de transmission, entre tradition et création...

Pourquoi faut-il se méfier de la tradition ? parce que son discours est animé par plus que de la raison, parce que la tradition porte souvent sur des produits nobles qui n'ont pas beaucoup de lien avec la réalité d'aujourd'hui ...

Pourquoi dans le même temps faut-il se méfier de la création ? parce que la tendance est dans le jeu avec l'aliment, et dans la dévalorisation du plaisir au profit d'expériences jugées rapides, éphémères, ...

Que pourrait être le cuisinier d'aujourd'hui, représentatif de cette 3^{ème} voie ? sans doute une personne censée, dans l'idée qui donne du sens et raconte une histoire à travers ses produits, sa cuisine, son cadre (sorte de passeurs d'une histoire personnelle, idéologique et sensitive).

La cuisine se révèle belle quand elle est personnelle (dans ses produits, dans ses techniques), contemporaine (dans sa démarche : celle de procéder d'une réflexion, d'une prospection voire une introspection traduite ensuite par le langage des textures, des formes et des saveurs).

La cuisine se veut aussi plurielle, libre expression de toutes ses identités, muable c'est-à-dire apte à se développer dans un cadre qui n'est pas forcément et uniquement le sien ; dans cet esprit, la cuisine se nourrit du triptyque : échange / partage / ouverture.

1.2.5 GERARD ALLEMANDOU :

Gérard Allemandou se définit comme un autodidacte complet, qui s'est mis à la cuisine à l'âge de 30 ans un peu poussé par l'envie de manger et de faire manger différemment. Il s'est consacré essentiellement et depuis l'origine à ne développer qu'une seule cuisine, celle portant sur le poisson.

Pour lui, la cuisine se révèle par ses côtés, tantôt mémoire de la famille, tantôt mémoire de la cuisine elle-même, tantôt aussi créations.

Sur la question de la création, Gérard Allemandou prend du recul et relate une anecdote personnelle : celle de sa supposée création « Cabillaud à la crème d'ail » en 1982, qu'il retrouve par hasard dans un ouvrage datant de 1400 ...

Sur la question de la popularité d'un plat, il met en évidence aussi le fait que la cuisine est marquée profondément par des effets de mode, compréhensible (donc prévisible) mais aussi aléatoire. L'anecdote des calamars en su tinta est révélatrice de ce fait : cette recette traditionnelle, ancrée dans un terroir spécifique (pays Basque) ne trouvait aucune résonance chez le client parisien dans les années 80 ... alors même que ce plat doit être aujourd'hui retiré de la carte au risque de voir les clients délaisser les autres plats !!!

Autre anecdote touchant cette fois-ci un autre produit de la mer : le thon, que Gérard Allemandou traite façon tournedos. Ce plat est à la carte depuis 12 ans ; si les démarrages ont été difficiles pour l'imposer dans l'imaginaire des clients, il se trouve qu'aujourd'hui la demande est telle que la demande dépasse l'offre, posant le problème de l'approvisionnement et du manque que le client d'aujourd'hui n'arrive pas forcément à comprendre ...

Sa conclusion porte sur l'importance de donner un sens à la cuisine, avec une prééminence vers le goût et sa valorisation ...

1.2.6 GILLES CHOUKROUN :

Pour Gilles Choukroun, personnage emblématique d'une « nouvelle vague » de la cuisine (Génération C'), la cuisine est un langage qui permet de raconter sa propre histoire, sans occulter un travail minutieux sur les saveurs, les textures, ... La cuisine est un moyen pour lui de raconter ce qui lui est cher, et tout son travail consiste à tenter de retranscrire dans sa cuisine ses émotions, ses envies du moment, ses doutes ... la cuisine peut se révéler miroir du cuisinier.

Il est important de savoir à présent raconter son histoire, être vrai et authentique. Ce combat vers une plus grande lisibilité du cuisinier, à travers ses plats, participe aussi de sa réhabilitation comme véritable acteur inscrit dans la société, personnage sensible et proche de ses clients, à l'écoute d'eux et prêt à bousculer ses modes opératoires et ses traditions pour tenter de nouvelles expériences qui prennent racine dans le désir de le satisfaire. Le cuisinier est créatif quand il invente de nouvelles manières de manger, plus contemporaine et en phase avec les réalités du moment, dont notamment le temps pour manger, très court au déjeuner. Cette adaptation constante à sa clientèle marque bien la volonté de Gilles Choukroun d'être en phase avec les pratiques quotidiennes de ses clients.

L'évolution de la société conduit irrémédiablement à une évolution de la cuisine, tout en étant en phase avec son histoire et son ressenti. La pluralité de la cuisine se retrouve dans la pluralité des cuisiniers ; une frange de ces cuisiniers s'inscrit dans leur volonté de décodifier la cuisine (exemple en proposant des cartes plus courtes, avec 3 à 4 plats par gamme).

Cette nouvelle génération s'inscrit aussi dans une démarche de **mise en avant des produits**, des cultures, et le besoin irrésistible de faire avancer la cuisine.

Le S dans Génération C' signifie d'ailleurs la référence à des cuisines et des cultures.

Gilles Choukroun pense ainsi que le rôle du cuisinier est d'apporter **un regard personnel sur les produits, les techniques, les cultures**, ...une sorte de réinterprétation personnelle, tout en se nourrissant des bases.

Exemple : Crème brûlée de foie gras, croustillant de cacahuètes.

Le cuisinier a réellement conscience aujourd'hui de son rôle et sa place dans l'échiquier de l'alimentation (cette envie de l'assumer est sans doute liée aussi à son émancipation).

1.2.7 ALAIN DUTOURNIER :

La cuisine est un moyen d'expression, un moyen d'aimer les autres. Pour Alain Dutournier, la tradition est un fruit métissage entre des cultures différentes. Que ce soit dans la tradition ou dans la création que se réfugie le cuisinier, le seul intérêt commun à l'ensemble des acteurs des Métiers de bouche est dans la satisfaction de la clientèle (Alain Dutournier parle de **communio**n avec ses clients dans l'acte du déjeuner ou du dîner).

Il rejoint l'idée de Gilles Choukroun dans le rôle du cuisinier : celui d'apporter des solutions concrètes aux clients, à ses évolutions et ses nouvelles attentes. Pour savoir évoluer, il faut selon lui s'inspirer de la tradition sans en faire un blocage d'ordre technique voire émotionnel.

La cuisine d'expérimentation est intéressante, mais elle doit être au service de la cuisine pour lui apporter un sens.

La cuisine est une cuisine d'auteur (idée de personnalisation de la cuisine). Il faut se méfier par conséquent de cette période de « fouillis » (où tout et n'importe quoi sont proposés), et revenir selon Alain Dutournier sur des choses plus simples.

Un point sur la formation dans les établissements hôteliers :

Les professionnels (et notamment Gérard Allemandou) ont exprimé leur volonté de « jeter un pavé dans la mare » de l'Education, en présentant leur vision de l'enseignement et de la prétendue « dérive » du système actuel :

- l'enseignement serait coupé du monde professionnel : l'enseignant s'enferme toujours selon M. Allemandou dans une transmission de techniques de base et se détournent de ce qui se passe dans le milieu de la restauration gastronomique (exemple de la blanquette de veau, liaison classique à base de roux alors que la pratique aujourd'hui tend à supprimer ce type de liaison pour privilégier celle conduite par réduction avec de la crème...). Ce qui pose la question fondamentale de la notion de « technique de base » : quoi enseigner ?

Pour Pascal Ory (animateur du débat), les enseignants sont-ils les « gardiens du temple » ? L'établissement hôtelier est-il un conservatoire des techniques culinaires ?

L'intervention de Gilles Choukroun à ce sujet est pour le moins évocateur du malaise qu'il a ressenti dans sa propre formation : il s'est senti enfermé dans une logique de reproduction, parfois de plats qui n'avaient plus de valeurs aujourd'hui, sans le sentiment de pouvoir s'en détacher (registre très pesant de la tradition dans les pratiques culinaires dans les établissements de formation).

NB : Pour Alain Dutournier, il s'agirait de mener une « re-codification de la cuisine contemporaine » sous la forme d'un partenariat Education Nationale – Entreprise.

Tous s'accordent pour dire qu'il ne faut pas creuser le fossé entre la formation et la profession...

- l'enseignement intègre des techniques venant de la restauration collective, au détriment de techniques qui ont fait la « grandeur » de la Cuisine Française ... exprimant le malaise depuis la rénovation du CAP Cuisine.

NB : il est à noter l'intervention d'un enseignant et d'une inspectrice à ce sujet, pour signaler les évolutions de l'enseignement, mais le sujet très polémique n'a pas permis de réelles avancées en terme de compréhension mutuelle Enseignant / Professionnels (le sujet a été repris au cours d'un atelier le lendemain, se reporter au compte –rendu de l'Atelier n° 10).

Alain Dutournier met l'accent en conclusion sur le fait que la notion d'Art Culinaire aujourd'hui doit être occulté au profit de celle **d'Art de vivre**, relatant combien la transmission familiale se délite et les repères en terme d'alimentation avec ...

1.3 3EME TABLE RONDE : « L'INNOVATION DANS LE VIN ET DANS SA CONSOMMATION »

Coordinateur : Antony Rowley, IEP Paris

Participants : Karine Valentin (Journaliste « Cuisine et vins de France »), Hervé Hannin (Ingénieur à l'ENSA), Bernard Jacob (Directeur d'Ackerman – Rémy Pannier), Jean-Robert Pitte (Professeur de Géographie, Président de l'Université de Paris – Sorbonne)

1.3.1 PREAMBULE :

Présentation du programme de la table ronde (extrait de la plaquette de présentation du Colloque) :

L'évolution qualitative de la demande depuis trois décennies, ajoutée aux nouveaux comportements du consommateur, rendent indispensable d'imaginer de nouvelles offres et des modes de consommation du vin innovants. Dans la restauration, où l'on constate par ailleurs un changement des habitudes, des initiatives ont été prises. Quelles sont les sources d'innovation possibles ? Les recherches historiques et les approches prospectives peuvent-elles inspirer nos réflexions ? En fait, quelles sont les perspectives pour le vin à l'horizon 2020 ».

Nous sommes, selon l'animateur du débat, dans une logique, dans un contexte de guerre, entre autres accéléré par les phénomènes de mondialisation. Le terrain du combat se concentre sur la fabrication de vins de cépage et pose la question de la légitimité des appellations.

Précisons le contexte actuel :

- un discours extrêmement propagandiste est véhiculé (boire du vin peut nuire)
- les recherches poussent vers l'idée d'une perfection du vin / amélioration du vin s'accompagnant d'un processus de dévalorisation (Anthony Rowley parle de « french paradoxe à l'envers » : logique inversée correspondant à une double constatation ; évolution de la consommation et consommation modulée en fonction des terroirs).

1.3.2 HERVE HANNIN :

Hervé Hannin s'appuie sur une étude 2005 pour présenter les nouveaux constats en matière de Fréquence de la consommation (sources : Onivins – Inra – UM2 CREGO) :

- o Reprise de l'augmentation de la part des non consommateurs (33% en 2000 et 38% en 2005, avec une baisse régulière de la consommation des réguliers 21%, notamment sur les vins de table) : signe de décadence, laissant les jeunes boire des alcools forts au détriment des vins avec la procuration de plaisirs dits « immédiats » selon Jean-Robert Pitte
- o Diversification des produits liquides (exemple de l'eau, avec des offres multiples). En outre, les générations d'aujourd'hui ne vivent pas dans une culture de vin (le père ne boit pas ou occasionnellement) ce qui pose le problème de la transmission, alors que ce principe était « naturel » auparavant ...

NB : La France, l'Espagne et l'Italie sont trois gros producteurs et consommateurs, mais qui enregistrent la plus forte chute en matière de consommation (120 l par an et par hab en 1955, et 50 l en moyenne aujourd'hui !).

Les zones de forte consommation se situent au nord de la France et en Bretagne, et ne correspondent nullement à des zones productrices de vins.

- o Des pressions et des réglementations lourdes de conséquence: loi anti-alcoolique, goût du vin non en accord avec les attentes de la jeunesse
- o La consommation occasionnelle domine (41%) avec la consommation de vins AOC majoritairement

- La baisse de la part des consommateurs touche les deux sexes : les femmes ne sont pas épargnées par cette tendance (près de la moitié des femmes ne sont pas consommatrices). Le français ressent la dimension culturelle du vin, mais cette dimension tétanise le consommateur dans son acte d'achat ou de consommation (Mme Valentin pense à ce sujet qu'on n'ose pas parler de vin alors que le vin doit être un sujet de discussion ...).
- La connaissance du signe AOC a fortement évolué (59% des Français en 2005 alors qu'ils n'étaient que 41% en 1995). L'AOC est correctement citée : pour 56% d'entre-eux, et le top 10 des appellations connues est : Bordeaux, Côtes du Rhône, St Emilion, Bourgogne, Beaujolais, Médoc, Cahors, Châteauneuf du Pâpe, Côtes de Provence, Corbières
- Une baisse de la connaissance en matière de vin de pays : le sondage met en évidence que 79% des français en ont entendu parlé, alors qu'ils étaient 85% en 1995
- Une stagnation de la connaissance des vins de cépage (42% en 2005 / 40% en 1995). La notion de cépages est progressivement ancrée chez les Français : Merlot, Cabernet, Chardonnay, Gamay, Sauvignon
- La baisse de la population capable de citer au moins une marque (20% en 2005, et 32% en 1995).
- Les consommateurs dits « réguliers » sont quasi inexistantes avant 35 ans

M. Hannin évoque en outre le problème lié au marketing spécifique au vin : faut-il adapter le vin aux attentes ou est-il possible de dépasser la notion de marketing ? Il faut constater le fait que la notion de marketing est finalement apparue tardivement dans le marché du vin. Sans doute faut-il communiquer sur la question afin de déplacer la notion de consommation du vin pour la soif vers une consommation du vin « culturelle » (les études montrent combien la tranche médiane en terme d'offre est en souffrance aujourd'hui, en l'occurrence la zone 4 – 10 €). Ce qui compte aujourd'hui dans le vin, dans l'esprit des clients, ce n'est pas le vin mais le prix du vin !

Il indique aussi le fait que le consommateur a été oublié, et qu'un besoin de formation à la culture du vin s'impose aujourd'hui pour réhabiliter le vin aux yeux de tous les consommateurs. Il faut communiquer, mais dans un contexte où toutes les informations sur les alcools sont « prohibés », cela peut paraître difficile. Peut-être l'idée de mener des partenariats de filière est à envisager

1.3.3 JEAN-ROBERT PITTRE :

Jean- Robert Pittre pense que le modèle à la Française (à travers la notion de terroir) va essaimer dans le monde, contrebalançant la notion de vins de cépage mondialement généralisée.

La culture du vin a changé : le consommateur revendique selon lui le besoin d'un vin pour entrer dans un monde qui va le faire rêver.

Il faut en outre s'interroger sur le rôle des femmes dans l'évolution de la consommation du vin : la crise en France pousse à questionner la non consommation du vin par les femmes. Or, les femmes cherchent un produit qui plaît aux femmes (en matière de saveurs notamment, dont des arômes moins marqués et des saveurs « plus sucrés »), mais selon Mme Valentin, gare au packaging ou autres « gadgets » dans la commercialisation.

Il ne faut pas non plus oublier qui sont les prescripteurs, ceux qui ont poussé vers les appellations, à prescrire « le plus », ce qui a conduit entre – autres à avoir coupé la population de son produit ...

Alors que faire ? M. Pittre propose non sans quelque ironie, la mise en en place d'une Mention « Culture du vin » au baccalauréat ? Plus sérieusement, il propose de faire rentrer l'œnologie à l'université Paris – La Sorbonne pour en faire un sujet de réflexion et une culture à part entière ...

1.3.4 BERNARD JACOB :

Le monde du vin doit se remettre en cause : il propose une simplification de l'offre, en terme d'accessibilité (prix, savoirs) et revendique l'idée d'une démocratisation du vin.

A ce sujet, M. Pittre n'épouse pas l'idée d'une simplification du vin ; il indique d'ailleurs que la complexification est dans la nature humaine (exemple dans le monde du parfum). La nature humaine engendre la diversité. Le vin doit répondre à la loi humaine, en ce sens créer la diversité.

Le modèle français a consisté à valoriser les appellations, c'est-à-dire le monde rural. Aujourd'hui, selon M. Jacob, il faut bien constater que sa faiblesse est dans la généralisation du « tout – appellation », conduisant à pervertir la notion même de l'appellation. La profession doit clarifier son offre, et éliminer les « brebis galeuses » selon M. Pittre.

1.3.5 KARINE VALENTIN :

Le vin est un produit culturel qui évolue dans un monde de marché, donc soumis au loi du marché. Le problème de la filière vin est de ne pas donner du vin qui correspond à la demande de la clientèle. En l'occurrence, la complicité consommateur – producteur a une valeur essentielle.

Le vigneron d'aujourd'hui devra adapter sa vinification à son terroir et adapter son vin à sa clientèle selon Mme Valentin. A noter toutefois la complexité dans la description du goût du consommateur ...

NB : l'étude présentée par M. Jacob indique une consommation régionale identique avec les évolutions nationales, avec des changements dans les goûts moins marqués en saveurs : amertume, astringence, ... alors que les attentes vont vers des liquides plus sucrés, plus fruités, ...

1.4 4EME TABLE RONDE : « LES SCIENCES EXACTES, DONT LA GASTRONOMIE MOLECULAIRE, PEUVENT-ELLES CONTRIBUER A L' « AVANCEMENT » DE L'ART CULINAIRE ? »

Coordinateur : Hervé This (Physico-chimiste à l'INRA, laboratoire de Chimie moléculaire du Collège de France)

Participants : Emile Jung (Au crocodile), Mathilde Ferrer-Jeanclos (Ecole nationale supérieure des Beaux – Arts), Vincent Nose (Journaliste à Libération)

1.4.1 PREAMBULE :

Présentation du programme de la table ronde (extrait de la plaquette de présentation du Colloque) :

« Michel Eugène Chevreul a engendré le néo-impersonnisme, il y a un siècle, grâce à sa loi du contraste simultané des couleurs. De même, aujourd'hui, les sciences, dont la gastronomie moléculaire, sont-elles en train de créer une sorte de « néo-impersonnisme culinaire » ?

1.4.2 HERVE THIS :

Hervé This pose d'emblée une évidence qu'il est utile de garder comme règle absolue : **la Science n'a d'autres fonctions que de produire des connaissances !**

Il revendique en outre le fait que la cuisine est Art – Technique mais aussi Amour, et que la Science peut aider le cuisinier à donner de l'Amour dans ses plats. Il expose par exemple que la façon de manger (seul, à plusieurs, à plusieurs le même plat, à plusieurs des plats imposés, à plusieurs des plats libres, ...) est un gradient dans l'échelle de la satisfaction des consommateurs. Il propose à ce sujet que des expériences (de type scientifique) pourrait être menées pour tendre vers la connaissance de système « à fabriquer de l'amour aux clients »

Art et Science : quel dialogue ? : qu'est ce que la cuisine sinon : de la Technique – de la Répétition – de la Tradition – le goût du Travail bien fait – des Sciences techniques ... qu'est ce que l'art sinon : de l'Innovation – de la Création – une Expression – Le Beau.

Où est le beau en cuisine ? A cette question, Hervé This reprend la réponse faite par les cuisiniers eux-mêmes, et notamment dans « le nombre d'Or ». Hervé This conteste ce principe de recourir à cette notion comme unique chemin vers « le Beau » en cuisine.

Il expose en outre le principe de formalisme dans la structuration d'une assiette chez un cuisinier, souvent dicté par des principes de « bon goût » ou d'équilibre mais délaissant l'idée même de signification de l'assiette : il revendique ainsi que l'assiette doit être à la manière du chemin emprunté par Ithaque pour rentrer vers Troie (la fameuse poésie épique, celle qui conduit Ithaque à parcourir des chemins non linéaires en vivant des expériences très diverses et plus ou moins longues ...), un parcours signifiant pour le consommateur (il parle d'ailleurs de « cuisine épique »).

Dans son exposé, Hervé This précise de nombreuses fois que la Science ne doit produire que des connaissances ; en outre, le cuisinier ne fait pas de la chimie. Ces deux règles prouvent combien il est utile de communiquer sur la relation que doit

entretenir les acteurs de la Science et les différents acteurs des Arts A ce sujet, est-ce que la science peut interagir sur la cuisine, et notamment sur ses pratiques ?

La question n'est pas fondamentalement nouvelle, et l'histoire prouve combien dans le passé les Sciences ont contribué au développement d'autres domaines, et notamment celui artistique. L'exemple du chimiste Chevreul, en est caractéristique : l'exposé de sa loi du contraste simultané des couleurs a permis d'engendrer l'école des néo-impressionnistes dans le domaine de l'art pictural, et notamment dans la peinture).

La question est posée : la gastronomie moléculaire peut-elle engendrer une nouvelle « école » dans les pratiques culinaires ? (« Néo-impressionnisme culinaire »).

Hervé This prend pour exemple son travail sur les Fonds et les sauces, avec la recherche de type scientifique de systèmes pour classer l'ensemble des sauces référencées, et notamment dans le Répertoire de la cuisine de T. Gringoire et L. Saulnier. Il a mis en évidence que l'ensemble des sauces pouvait être classée en 23 types, donc 23 systèmes, par un jeu de symboles. Ce passage obligé a permis de mettre en évidence qu'il existait encore de nombreuses possibilités de création, que les nouvelles combinaisons permettaient (par exemple, Hervé This relève qu'il n'existe pas dans la cuisine classique de velouté mousseux ...).

Il ajoute par ailleurs que la méthode scientifique, en l'occurrence expérimentale, est par principe de poser que toute vérité est fautive, poussant le scientifique à prouver le contraire

Hervé This pense que la cuisine d'aujourd'hui est une cuisine par accord, et que le cuisinier dans ses nouvelles pratiques aura la possibilité d'élargir ses ingrédients de base de produits produisant de nouveaux accords : il prend l'exemple d'ajouter des phénols à des sauces pour renforcer des notes de certains cépages, de l'acide tartrique, Il parle à ce sujet de « cuisine de Note à Note ».

NB : il convient de signaler la pratique récurrente d'Hervé This lors des démonstrations pratiques réalisées par Emile Jung de questionner systématiquement ses choix afin de mettre en lumière les raisons conduisant à ses choix (sont-ils cohérents, ou « farfelues » car reposant sur aucune crédibilité d'ordre scientifique ?).

NB : il évoque en outre la confusion systématique entre émulsion (mélange d'eau et de graisse, en l'occurrence non stable malgré la présence d'agents émulsifiants ou autres molécules) et foisonnement (principe d'incorporation de bulles d'air dans un mélange, exemple de la mousse).

1.4.3 MATHILDE FERRER - JEANCLOS :

Pour Mme Ferrer – Jeanclos, la différence notable entre artisan et artiste provient surtout du caractère souvent « inaccessible » de l'artiste pour tout un chacun.

Elle indique en outre que la notion d'artiste est relativement complexe, et qu'elle naît du public, ou du moins d'un cercle de personnes averties ... Elle prend pour exemple Manzoni qui a un statut d'artiste pour ses œuvres constituées d'excréments enfermés dans une boîte, ou encore Serrano pour ses urines conditionnées de même dans une boîte ...

Il ne faut pas essayer de comparer l'Artisan et l'Artiste ; ce serait d'ailleurs un jeu dangereux (elle indique néanmoins le fait que l'œuvre de l'artisan est en quelque sorte « figée », alors que l'œuvre de l'artiste dépasse l'idée, rencontre le public et est en devenir ... L'Art est artificiel, et est un produit humain de sa sensibilité. L'Art aborde tout, déborde sur tout, et à la différence des années précédentes, est extrêmement contextualisé car régit souvent par les lois du Marché).

Emile Jung se déclare pour sa part artisan quand il utilise uniquement la technique, et artiste quand dans son plat il ajoute à la technique « un brin de folie ».

1.4.4 VINCENT NOCE :

NB : il convient de relater que la table ronde a été mise en scène par les différents intervenants, acteurs volontaires des peurs et des reproches faits régulièrement à l'encontre de la Gastronomie moléculaire ...

Vincent Noce précise au sujet de la distinction entre artiste et artisan, le fait que les peintres, parmi les plus illustres (comme Rembrandt) se déclarait artisan et non artiste ...

Vincent Noce se fait ainsi le relais de quelques acteurs, et notamment du monde de l'enseignement et de la profession, qui voient dans la gastronomie moléculaire, le risque de négliger le bon, donc la saveur du produit.

Ce serait pourtant oublier combien la gastronomie moléculaire a déjà influencé les pratiques modernes, conduisant parfois à des extrémités condamnables : il relate ainsi son expérience récente à Barcelone dans un petit restaurant, dans lequel tous les plats étaient collés à la gelée (agar-agar notamment), et proposés à la dégustation uniquement à la cuillère et à la fourchette !

A ce sujet, il ajoute aussi le fait que ces gelées, ou encore les écumes généralisées sur les cartes de restaurant manquent d'assaisonnement, et sont donc utilisées pour sacrifier à la mode au détriment du goût.

Il regrette aussi la pratique contemporaine de sucrer et de crémier un grand nombre de plats, conduisant à un effet de saturation.

Il critique enfin le principe de ces restaurants qui proposent une multitude de plats, sursaturés en saveurs, en couleurs, provoquant jusqu'à l'écoeurement du convive ...

Dans cet esprit, ne faut-il pas stopper ces dérives, et notamment un retour à l'ordre n'est-il pas nécessaire ?

Pour Mme Ferrer – Jeanclos, le propos de l'Art est justement de s'affranchir de toutes les barrières. Une voie pour l'innovation est ainsi d'aller explorer ce qui peut choquer ...

Pour Hervé This, le retour doit se faire vers une plus grande lisibilité et une plus grande compréhension des plats.

1.4.5 EMILE JUNG :

A travers la cuisine, Emile Jung pense que tout cuisinier doit avoir comme souci la santé de l'autre, de son bien-être, du plaisir de ses sens. Son professionnalisme est né : de l'expérience qu'il a su hérité de sa famille, de la culture française, de son apprentissage dans les cuisines professionnelles et de sa pratique au quotidien.

Le cuisinier doit poursuivre comme but pour lui **de nourrir le corps et l'esprit** (la cuisine doit avoir la prétention de rendre le consommateur intelligent), avec comme ultime objectif : de donner de l'amour aux autres.

Il doit aussi être fidèle à la matière qu'il a choisit et utilise.

Sa démarche de conception de plats procède par 4 grandes étapes : penser le plat une fois (et notamment choisir le thème), imaginer (dans la tête), rêver (le plat) et mettre en pratique.

En matière d'assaisonnement, le manque d'assaisonnement est pour Emile Jung un signe de timidité de la part du cuisinier : l'assaisonnement permet de donner une vibration au plat, et le relever par des notes acides, amères, ...

En matière de dressage, Emile Jung combine : un graphisme ordonné (signe de perfection, de professionnalisme, ...) et une note d'imperfection (ajout d'un ingrédient positionné de manière aléatoire dans l'assiette, signe désordonné) pour le rendre « accessible » à l'autre. Emile Jung à ce propos, pense qu'il n'existe pas vraiment de création en cuisine, et que le propre de la création est réservé à Dieu (le cuisinier ne peut rivaliser avec Dieu).

L'évolution de la cuisine a été profondément marquée par l'introduction de la balance, de la montre et du thermomètre : de la maîtrise de ces éléments dépend l'intelligence du cuisinier dans ses pratiques quotidiennes.

Vincent Noce a le mot de la fin : « n'oublions pas que si l'Art devient tout, alors il n'est rien ... ».

1.5 5EME TABLE RONDE : « L'INNOVATION DANS L'INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE »

Coordinatrice : Julia Csergo (Maître de conférences d'Histoire à l'Université de Lyon II)

Participants : Gilbert Radix (Direction de l'expertise culinaire Food Service, Nestlé France), Victor Sherrer (Président du Conseil de surveillance du SIAL), Gérard Denariatz (Directeur Innovation, Vitapole – Danone), Gérard Pascal (INRA)

1.5.1 PREAMBULE :

Présentation du programme de la table ronde (extrait de la plaquette de présentation du Colloque) :

Nous ignorons tout du fonctionnement de la recherche agroalimentaire, tant des méthodes que des outils, de l'élaboration et de l'émergence des idées aboutissant à la création de produits innovants. Les mécanismes de ce fonctionnement seront présentés par des professionnels de l'industrie agro-alimentaire qui se situent à différents stades du processus en question.

1.5.2 JULIA CSERGO :

Mme Csergo entame cette table ronde par une mise en perspective historique afin de relativiser les questionnements et les peurs d'aujourd'hui ...

Julia Csergo met en lumière la rupture (évoquée avant elle par Alberto Capatti lors de la table ronde n°2) essentielle qui a conduit à la naissance de l'Industrie agro-alimentaire : celle de la révolution industrielle.

La révolution industrielle a permis le triomphe des sciences et des techniques, et notamment celle qui ont permis : une mécanique de production en série, une profonde modification des énergies et dans la même lignée des techniques de cuisson,

un bouleversement en matière de transports et l'idée véhiculée d'entrer dans une ère d'abondance, et une entrée remarquable de la chimie (notamment sous la forme de bouillons cube, ... produits issus de processus physico-chimiques).

Déjà, en plein XIX^{ème} siècle, la société était dénoncée pour les bouleversements que la révolution engendrait .. Dans la perception des français de l'époque, et notamment celles d'Albert Robida (en 1895), on parlait de « beefsteak électrique », on redoutait la création d'énorme usine de production (pour l'anecdote, « 20 000 poulets en même temps » ..), distribuant par des tuyaux la production. On imagine une « restauration synthétique » (1919), un « restaurant pharmaceutique » (c'est-à-dire des repas préparés par des pharmaciens diplômés, inventeurs de plats hygiéniques)

Les réactions ne se font pas attendre : de grands noms comme Joseph Favre dans le domaine de la cuisine dénonce ces risques (1882), relayé ensuite par entre autres Robida (1883) : « tout est faux, tout est feint, tout est fabriqué ... ».

1.5.3 GERARD PASCAL :

Gérard Pascal s'inscrit dans la logique précédemment décrite par Hervé This, selon laquelle la position du scientifique est d'apporter des connaissances.

Il tient à rappeler en introduction le fait que l'Alimentation a longtemps été incriminée de tous les maux, et qu'il a fallu attendre les années 1980 pour que l'Alimentation soit valorisée pour ses effets protecteurs et préventifs de certaines maladies.

En effet, 1980 marque une rupture avec les débuts de la biologie moléculaire ; l'alimentation devient intimement liée à notre organisme.

En 1990, on assiste à une réelle prise de conscience de la relation entre alimentation et vieillissement. L'allongement de la durée de vie réclamait alors une évolution des produits composant notre alimentation. Pour répondre à ces nouveaux besoins, il a fallu repenser l'offre alimentaire, ce qui a conduit à la commercialisation d'aliments à valeurs fonctionnelles (notion « d'Alimentation fonctionnelle »).

Face à cette déferlante de produits, le risque était grand d'une suprématie de l'industrie agro-alimentaire dans l'offre alimentaire, ce qui a nécessité la recherche de règles, de cahiers des charges, et notamment la publication de règles au niveau Européen (en matière de publicité sur le rapport de l'aliment avec la santé,).

NB : les pathologies reconnues liées à l'Alimentation sont : les maladies cardiovasculaires, certaines formes de cancer, ostéoporoses, les déficiences en terme musculaire et intellectuel, les problèmes en matière digestive.

1.5.4 GERARD DENARIAZ :

Les produits Danone se répartissent en : produits laitiers (50%), biscuits (25%) et boissons (25%).

La mission du laboratoire Danone Recherche est d'apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre. Il s'agit par conséquent d'apporter des solutions en terme de produits.

Dans le monde, Danone emploie près de 800 chercheurs, et en France : 550 chercheurs et développeurs (biochimistes, biologistes, microbiologistes, nutritionnistes, experts ...).

Les voies vers l'innovation pour Danone s'articulent autour de 3 grands pôles : le pôle scientifique, le marché, les attentes sensorielles du consommateur.

- Dans le domaine scientifique, le produit exemple est : Actimel, réel produit issu de la science. Les connaissances scientifiques sur la question des micro-organismes cellulaires et leurs fonctions en matière de digestion ont conduit les scientifiques à mener des expérimentations et à rechercher et à isoler des souches de ferments. Ces connaissances ont appelé en quelque sorte des innovations en cherchant des applications, et notamment des produits à valeurs bénéfiques en terme de défenses immunitaires.
- Dans le domaine lié au marché, l'exemple est la volonté de Danone de répondre aux attentes des consommateurs en matière de composition des produits, et notamment ceux allégés en carbohydrate (sucre), afin de commercialiser des produits plus équilibrés entre protéines, lipides et sucres
- Dans le domaine des attentes sensorielles du consommateur : l'exemple est le yaourt aux fruits, produit né d'une analyse profonde des caractéristiques liées à l'appréciation gustative d'un produit par le consommateur.

1.5.5 GILBERT RADIX :

L'orientation fixée par Nestlé est notamment celle vers la nutrition (avec par exemple caractéristique, celle de supprimer les acides gras trans).

Le groupe Nestlé dispose d'un centre de recherche (notamment de recherche fondamentale, en Suisse) et de laboratoires de recherche spécialisée réparties dans le monde entier, maillés entre – eux pour faciliter les échanges et les innovations.

La caractéristique de Nestlé dans sa recherche de l'innovation est d'observer, et notamment observer : les évolutions des équipementiers, des pratiques professionnelles, de la société ... La logique conduit Nestlé à bâtir un concept / un produit susceptible de répondre à une attente identifiée, à le formaliser sous forme de maquette (fiabilité et viabilité), tout cela dans une démarche de coopération systématique avec des professionnels du milieu.

Les objectifs avoués sont de rationaliser l'acte culinaire, notamment en terme de : coût, de temps, de personnel, ...

Gilbert Radix indique combien un temps de latence est observé entre la commercialisation d'un produit et sa généralisation dans son utilisation à une échelle nationale, pouvant conduire à des évolutions dans les pratiques elles-mêmes.

1.5.6 PIERRE COMBRIS :

Pierre Combris pose la problématique de l'innovation en ces termes : pourquoi l'innovation conduit-elle à tant de produits ? L'innovation est-elle vitale ?

Il répond sous une forme laconique : « parce que les gens mangent (dans leur plus forte majorité) à leur faim aujourd'hui ! », alors même que la problématique des siècles précédents étaient de survivre.

Il constate ainsi que nous sommes dans une ère d'abondance, notamment en terme quantitatif et à partir d'une certaine saturation d'ordre quantitatif, l'innovation doit travailler par substitution, c'est-à-dire analyser les possibilités de faire évoluer des produits en remplaçant tout ou partie de ses composants.

L'innovation est un processus vital pour toute entreprise, soumis aux lois du Marché, et réduite à s'imposer par ses produits sous peine de disparaître. L'innovation intègre toutes les dimensions attendues par le consommateur, les préférences (notamment sensorielles), la santé et la symbolique (comme l'attachement à un terroir, ...), sans oublier les attentes basiques et fondamentales de type : commodité et disponibilité du produit, abaissement des prix.

La communication liée à l'innovation est une problématique à laquelle il convient de s'entourer de précautions pour ne pas saturer le consommateur d'informations (trop d'informations tue l'information ...).

Pierre Combris fait état de sa rancœur d'avoir vu tant d'efforts et de recherches conduits par de grands scientifiques notamment sur la question de la réduction du cholestérol (exemple de la margarine pro-active) réduits à néant lors de la commercialisation du produit et sa campagne publicitaire l'accompagnant (poids du marketing sur la recherche).

Il met en évidence certes le besoin de traduire la science en « langage consommateur », mais regrette les messages parfois trompeurs qui accompagnent les lancements de nouveaux produits.

Il s'interroge : « pourquoi la science marketing n'existe-t-elle pas finalement ? ... ».

1.6 6EME ET ULTIME TABLE RONDE : « QU'EST CE QUE L'INNOVATION FINALEMENT »

Coordinateur : Jean-Claude Ribaut (Chroniqueur gastronomique au Monde)

Participants : Jean Germain (Maire de Tours), Catherine Clément (Normalienne, Philosophe, Ecrivain), Marc Veyrat (La Maison de Marc Veyrat), Pierre Chainier (Président d'InterLoire), Michel Guérard (Les Prés d'Eugénie), Jean Miot (Chroniqueur gastronomique au Figaro), Pascal Barbot (L'Asrtrance), Guy Savoy (Restaurant Guy Savoy)

1.6.1 JEAN GERMAIN :

Le maire de Tours se félicite d'avoir pu accueillir durant ces deux journées un tel colloque, et rappelle que ce dernier est né de la polémique récente sur le prétendu retard de la France en matière d'Innovation culinaire.

Il annonce ainsi la volonté de la région Centre de pérenniser ce rassemblement, annuellement, et de l'ouvrir dès la session prochaine à l'international.

1.6.2 GUY SAVOY :

Guy Savoy relate la chance qu'il a eu de pouvoir vivre l'instant magique de l'époque de la Nouvelle Cuisine, alors qu'il était en apprentissage chez M. Troigros, cette époque où les consommateurs sont passés d'un plaisir inconscient à un plaisir conscient à table. Cette époque marquait aussi fondamentalement une (r)évolution dans le domaine du service : le dressage à l'assiette s'imposait progressivement comme règle absolue.

Pour Guy Savoy, la seule vérité est dans le produit, et la mission du cuisinier est de tout mettre en œuvre pour magnifier le produit. La typicité du cuisinier français est de mettre en valeur ces produits remarquables, et il peut s'apparenter en l'occurrence à un véritable artisan de la Terre et de la Mer.

Pour lui, l'innovation est dans la maîtrise du produit, mais pas seulement : il faut ajouter bien entendu la beauté du dressage, son environnement et la cohérence donnée à cet environnement par rapport au plat ou à l'assiette présentée. Comme Alain Dutournier avant lui (Table ronde n°2), il prône une cuisine d'auteur, personnelle, qui raconte une histoire...

1.6.3 MARC VEYRAT :

Marc Veyrat tient à relater le fait qu'il est devenu cuisinier sous l'impulsion de Michel Guérard.

Il mentionne en outre sa récente visite dans différents restaurants tenus par des jeunes cuisiniers en devenir, et regrette une abondance en terme de mousse, gelée ; il pense que cette tendance nuit à la cuisine, et contribue à la dépersonnaliser. Pour lui, il faut « métisser la cuisine » sans perdre son identité.

Il remercie la Terre et la Mer de lui permettre d'avoir tant de beaux et de divers produits, et souligne le fait que ses racines terriennes lui ont permis d'apprendre ce qui fait la base de sa cuisine.

Il pense que la cuisine a besoin de techniques nouvelles (pour attirer les jeunes vers elle notamment) ; dans son restaurant, il utilise ainsi des matériels hors normes, de type seringue ... Il joue aussi sur l'évocation (Yaourt au foie gras virtuel, réalisé à partir d'une base de bouillon dans lequel est mis à infuser un foie gras précédemment poêlé ...).

1.6.4 MICHEL GUERARD :

Il souligne le fait qu'il a bénéficié d'un apprentissage extraordinaire, juste après la guerre, dans des périodes en manque de produits ...

Michel Guérard exprime d'emblée le fait que l'innovation n'est pas un fait nouveau ; la Nouvelle Cuisine existait par exemple dès la fin du XVIIème siècle, déplorée par ailleurs par Voltaire à cette époque ... La cuisine française prend source dans la cuisine paysanne, une cuisine qu'il nomme « d'amour ».

La notion de cuisine moléculaire n'est pas fondamentalement nouveau aussi ; il relève le fait qu'en 1742 déjà, François Marin dans « Les Dons de Comus » indiquait dans sa préface que la cuisine moderne est (...) plus simple, encore plus savante (...).

Récemment, l'arrivée de cuisiniers poètes a permis d'apporter du sens et des sentiments dans la cuisine.

Michel Guérard se laisse alors exposer ses techniques créatives, essentiellement issues de ses envies du moment et de sensations qu'il cherche à retrouver dans une assiette :

Exemple de son huître au café, plat né à la suite d'une rêverie consciente en l'absence de client, au bar, lors de la consommation d'un café dans lequel M. Guérard aime à rajouter un zeste de citron ... l'idée est progressivement apparue de mêler la saveur iodée avec du café, et une touche acidulée. De multiples essais, avec notamment différents types de café ont finalement permis de trouver le café (café vert), la technique (café légèrement torréfié) pour l'associer à l'huître.

Exemple d'un foie gras cuit en cocotte (à l'ancienne), dans l'âtre de la cheminée, déglacé au verjus et au vin de pêche, avec l'idée de fumer le foie gras lors de sa cuisson avec les braises incandescentes de bois ...

1.6.5 PIERRE CHAINIER :

Pierre Chainier relève combien il est plus facile de créer dans le monde culinaire alors que le système est réglé et réglementé dans celui du vin. Innover dans un produit très traditionnel (comme le vin) est très difficile, seul l'espace marketing est selon lui la seule voie vers l'innovation ...

1.6.6 PASCAL BARBOT :

Pascal Barbot témoigne de son expérience dans son restaurant du nom d'une fleur de montagne, L'Astrance, 25 places assises. Elève issu de l'Arpège, il revendique la logique suivante : pour faire plaisir aux clients, il faut avant tout se faire plaisir et faire plaisir à son équipe.

La brigade est constituée de 6 à 7 membres en cuisine et 3 à 4 personnes en salle.

L'offre ne se présente pas sous forme d'une carte, sa cuisine étant essentiellement « du marché » c'est-à-dire composée pour ses convives et avec les (meilleurs) produits qu'il a pu recevoir de l'ensemble des fournisseurs. Il demande aussi d'être régulièrement mis au courant des remarques des clients, afin d'adapter réellement son offre aux attentes ou aux envies du moment de ses clients – convives. Il a besoin de connaître l'état d'esprit des clients, l'environnement (autour de la table) pour pouvoir composer ses plats.

Le seul et unique but est de satisfaire ses clients.

Son parcours, ses voyages lui ont permis aussi d'enrichir sa cuisine, car la cuisine est aussi faite de rencontres, avec des personnes, des produits, ... il revendique ainsi une cuisine associative, intégrant toutes les avancées et les techniques du moment. La particularité de sa cuisine est d'utiliser avec parcimonie l'assaisonnement, et de rester limité à ce qu'il sait faire et uniquement ce qu'il sait faire.