



MASTER SCIENCES SOCIALES

Parcours « Gastronomie, Vins, Cultures & Sociétés »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

**La place du patrimoine dans l'identité des chefs,
pour une étude des étoiles vertes du Guide Michelin**

Présenté par :
Aurélia Courbieres



MASTER SCIENCES SOCIALES

Parcours « Gastronomie, Vins, Cultures & Sociétés »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

La place du patrimoine dans l'identité des chefs, pour une étude des étoiles vertes du Guide Michelin

Présenté par :

Aurélia Courbieres

Année universitaire : **2021– 2022**

Sous la direction de : **Frédéric Zancanaro**

L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propre à leur auteur(e).

À NGC,
Pour la Terre, pour la Table
Et pour le chemin.

Remerciements

Reprendre ses études à l'âge adulte n'a rien d'anodin, aussi je poursuis ce nouveau parcours universitaire avec une grande gratitude envers ceux qui l'accompagnent.

En premier lieu, je tiens à remercier Monsieur Zancanaro, à la direction de ce mémoire, pour ses conseils précieux, sa disponibilité et sa confiance.

Un grand merci à l'intégralité de l'équipe de l'ISTHIA, et particulièrement Monsieur Cyrille Laporte et Monsieur Laurent Ausset pour leur investissement et leur disponibilité tout au long de cette première année de Master.

Cette année et ce travail de recherche n'auraient pas été les mêmes sans les riches échanges que nous avons eus avec les autres étudiants de cette première promotion GVCS, qu'ils en soient ici remerciés.

Je remercie ma famille qui a reçu avec un enthousiasme inattendu et tellement encourageant la nouvelle de mon retour sur les bancs de l'université. En particulier, un grand merci à Josette et Bernard, à leurs filles Sylvie, Corinne et Claire et leurs familles respectives. Pour la place offerte, au propre comme au figuré : MERCI.

Savoir que vous lirez dans ce travail ce qu'il contient d'hommage à notre patrimoine commun a été une grande motivation à toutes les étapes de son élaboration.

Enfin, comment te remercier assez Rémi, pour le soutien au quotidien, malgré mes crises existentielles et la fantaisie absurde de nos emplois du temps ? Merci pour « se tirer vers le haut » et pour tout le reste (sauf les desserts aux légumes).

Table des matières

Introduction.....	9
Partie 1 : cadre théorique.....	12
Chapitre 1 : Patrimoine alimentaire et gastronomie.....	13
1. 1. Patrimoine, patrimoine immatériel, patrimoine alimentaire.....	13
1.1.1. Aux origines de la notion de patrimoine.....	13
1.1.2. L'immatériel comme un patrimoine.....	15
1.1.3. Reconnaissance du patrimoine alimentaire.....	16
1.2 Pour une définition du patrimoine alimentaire.....	20
1.2.1 Du patrimoine.....	20
1.2.2 ... au patrimoine alimentaire.....	21
1.2.2 Le processus de patrimonialisation.....	22
1.3. Les héritages de la gastronomie française contemporaine.....	23
1.3.1. Cuisine savante et cuisine populaire.....	23
1.3.2 Nouvelle cuisine et gastronomisation.....	25
Chapitre 2 : Construction de l'identité professionnelle.....	27
2.1 Identité : vers une définition sociologique.....	27
2.1.1 Un processus.....	27
2.1.2 La socialisation.....	29
2.2 L'identité professionnelle.....	30
2.2.1. Définition de la profession.....	30
2.2.2. L'identité professionnelle du cuisinier.....	31
2.3. L'identité du chef.....	33
2.3.1 Naissance et histoire de la figure du chef.....	33
2.3.2 La figure du chef au XX ^e siècle.....	35
Chapitre 3 : Valorisations.....	37
3.1 Valorisation patrimoniale.....	37
3.1.1 Valorisation : l'étymologie au service de la définition.....	37
3.1.2 La valorisation du patrimoine alimentaire.....	38
3.2. Le rôle des représentations médiatiques.....	41
3.2.1 Identité, image et communication.....	41
3.2.2. Médiatisation de la gastronomie.....	42
Conclusion de la première partie.....	45

Partie 2 : Problématique et hypothèses.....	46
1. Problématique.....	47
2. Hypothèses.....	49
2.1. Hypothèse 1 : le patrimoine est un support à la créativité des chefs.....	49
2.1.2. Dépasser l'opposition patrimoine / créativité.....	49
2.2.2. La valorisation patrimoniale comme moteur de la créativité des chefs.....	50
2.2.3. Les limites à la création.....	51
2.2. Hypothèse 2 : le patrimoine est une valeur refuge en temps de crise.....	52
2.2.1. Le patrimoine comme construction compensatoire.....	52
2.2.2. Gastronomie et crise environnementale.....	52
3.3. Hypothèse 3 : le patrimoine est une ressource dans la construction de l'image médiatique.....	54
3.3.1 La crédibilité.....	54
3.3.2 Le spectacle.....	55
3.3.3. L'empathie.....	57
Partie 3 : Méthodologie.....	60
1. Le terrain.....	61
2. Les méthodes utilisées.....	63
3. La méthodologie.....	65
3.1 Hypothèse n°1.....	65
3.1.1. Analyse de documents :.....	65
3.1.2. Entretien.....	66
3.2. Hypothèse n°2.....	66
3.2.1. Analyse de documents :.....	66
3.2.2 Entretien.....	67
3.3. Hypothèse n°3.....	67
3.3.1. Analyse de documents :.....	68
3.3.2. Entretien.....	69
4. La grille d'entretien.....	69
Conclusion générale.....	71
Bibliographie.....	72

Introduction

Vignerons, hôteliers, boulangers, primeurs, trufficulteurs... cette première année de master nous a donné l'occasion de croiser de nombreux professionnels du Lot et d'ailleurs œuvrant à différentes étapes de la filière alimentaire. Parmi la diversité de leurs profils, la constante de leur appétit à nous parler de leur territoire, ce terroir, pour certain originel, et que tous travaillent quotidiennement s'est érigée en point commun entre eux tous. Dans un premier temps, nous n'avons pas interrogé cette démarche : quoi d'étonnant finalement que de présenter fièrement son patrimoine devant des étudiants dont c'est le sujet d'étude ? Nous avons cependant rapidement compris la méprise première de notre interprétation de leur geste : si ces professionnels mettent tant de cœur à présenter ce patrimoine sous son jour le plus favorable, allant parfois jusqu'à charger sa portée symbolique jusqu'à la saturation, c'est que c'est bien là leur intérêt.

Étienne Hilaire¹ explique qu'il diffuse auprès de la clientèle de l'Hôtel d'Orsay des cartes de Toulouse présentant des lieux choisis dans la ville. Conçu en interne, le support lui permet une mise en avant des valeurs de l'hôtel à travers des recommandations réfléchies. Son but avoué est alors de se démarquer de l'offre d'hébergement d'établissements de même rang mais appartenant à des grandes chaînes dont l'accueil est jugé « impersonnel ».

Entre la visite de son vignoble et celle du chai, Lydia Bourguignon², vigneronne récemment propriétaire du domaine Laroque d'Antan à Laroque des Arcs (46) tient à nous faire découvrir le village et particulièrement l'ancien quai de chargement des tonneaux sur le Lot. Par l'évocation de la longue tradition de viniculture du lieu, elle apporte une légitimité supplémentaire à son activité professionnelle toute nouvelle.

Nous découvrions, certes naïvement, qu'alors que l'idée de patrimoine s'est construite autour des notions de protection et de transmission d'un bien commun, sa valorisation telle

¹ Rencontré lors des journées professionnelles de l'Isthia, à l'université Jean Jaurès à Toulouse le 16/11/2016

² Rencontrée lors de la visite au domaine Laroque d'Antan, à Laroque des arcs (Lot) dans le cadre du Master 1 GVCS

qu'elle est mise en œuvre par ces professionnels est pratiquée pour un profit personnel. En d'autres termes, par la mise en valeur du patrimoine, les professionnels se valorisent eux-mêmes. Au début du cheminement qui aboutit au présent travail, cette réflexion autour de la notion de valorisation a formé une première étape de notre question de départ.

Appliqué au domaine de la gastronomie, nous cherchons dans un premier temps à interroger ce même mouvement de mise en avant d'un patrimoine : quand Eric Fréchon préside l'édition 2021 du concours international de Paté-Croute alors que l'on croyait le plat remisé aux vitrines des charcutiers de province, quand un candidat de l'émission Top-Chef utilise un flambadou dans une cuisine équipée d'appareils techniques du dernier cri, quand Marc Veyrat choisit de ne jamais apparaître sans son chapeau traditionnel savoyard... quel est le profit personnel que ces professionnels tirent de l'usage d'éléments identifiés comme issus du patrimoine ?

D'abord, nous avons confirmé le choix d'un travail sur un sujet en lien avec la gastronomie. Les raisons sont nombreuses pour le justifier : nous nous y intéressons pour la pluralité des pratiques qu'il recouvre ; parce qu'y étant diversement sensibilisée par plusieurs des membres de notre entourage proche nous en entrevoyons la richesse, enfin parce que l'accès à de nombreux restaurants gastronomiques à Toulouse nous rassurait sur la faisabilité de ce travail.

Puisque l'intégralité de ce travail s'inscrit dans cette conception particulière de la restauration, définissons dès maintenant le terme : utilisé dans son acception moderne par l'auteur Joseph Berchoux au début du XIX^e siècle, il est formé sur les racines grecques de *gaster*, l'estomac et de *nomos*, la loi³. Popularisé dans les années qui suivent par Brillat-Savarin qui sous titre sa *Physiologie du Goût : Méditation de gastronomie transcendante*⁴, le terme est aujourd'hui employé dans un sens large : « *Connaissance de tout ce qui se rapporte à la cuisine, à l'ordonnancement des repas, à l'art de déguster et d'apprécier les mets.* ». Pour cerner mieux le sujet, Jean Vitaux propose de reconnaître un plat gastronomique à sa capacité à s'adresser à tous les sens du mangeur (Vitiaux 2007). Parce qu'elle s'éloigne autant qu'il est possible des contraintes biologiques de l'alimentation, ou plutôt qu'elle les détourne, Jean-Pierre Poulain définit la gastronomie comme « *une esthétisation de la cuisine et des manières* ».

3 https://www.littre.org/definition/gastronomie

4 Brillat-Savarin, Jean-Anthelme, *Physiologie du goûts*, Sautelet, 1825.

de table »(Poulain, 2013) dont il érige la complexité en caractéristique distinctive. Dans une droite ligne, nous concevons ici la gastronomie comme la pratique de l'art culinaire.

Alors qu'encouragée par une expérience professionnelle précédente dans le milieu journalistique, nous préparions une problématique orientée vers l'image des chefs, des échanges avec Monsieur Zancanaro, professeur qui dirige cette recherche, nous ont convaincu de prendre comme point de départ à cette étude le concept d'identité, comme étant celui duquel découle l'image. En quelques sorte, remonter à la source.

Cette réflexion nous a permis de formuler la problématique suivante : quelle est la place du patrimoine dans l'identité des chefs ?

Pour y répondre, nous étudions dans une première partie les concepts de patrimoine et de patrimoine alimentaire, d'identité et d'image et enfin celui de la valorisation, à l'origine de notre question de départ.

Dans une seconde partie nous formulons les trois hypothèses à vérifier pour répondre à la question posée par la problématique : le patrimoine serait un appui à la créativité des chefs, il représenterait une valeur refuge en temps de crise environnementale, il serait un recours dans la construction d'une image médiatique.

C'est avec la troisième partie consacrée à la méthodologie que notre terrain se précise : pour des raisons multiples que nous détaillons dans la première sous-partie du chapitre, les étoiles vertes du Guide Michelin se sont imposées à nous comme population nous permettant d'étudier le sujet dans toutes les dimensions soulevées par les hypothèses. Suite à la définition du terrain, nous présentons dans cette dernière partie le programme de notre étude de terrain.

PARTIE 1 : CADRE THÉORIQUE

Chapitre 1 : Patrimoine alimentaire et gastronomie

Pour entamer cette partie consacrée aux recherches exploratoires autour des concepts mobilisés par notre problématique, nous nous penchons en premier lieu sur la définition du patrimoine, centrale dans notre étude. Dans ce cadre, nous nous intéressons alors à la définition du patrimoine alimentaire. Nous interrogeons ensuite dans une troisième sous-partie le lien entre patrimoine et gastronomie.

1. 1. Patrimoine, patrimoine immatériel, patrimoine alimentaire

Parce qu'on rattache intuitivement le terme à des bâtiments anciens ou à des pratiques relevant de temps passés, le concept de patrimoine semble relever de l'intemporel. Un regard porté sur l'histoire de cette notion révèle pourtant que son émergence dans la conscience collective est relativement récente.

1.1.1. Aux origines de la notion de patrimoine

Le terme *patrimoine* est issu de l'étymologie latine *patrimonium* sur la racine de *pater*, le père, qui désigne dès l'antiquité le leg matériel transmis d'une génération à l'autre. Selon le Littré, il est alors « *Bien d'héritage qui descend, suivant les lois, des pères et des mères à leurs enfants* »⁵. Une acception qui prend une signification synonyme de *propriété individuelle*, quand nous évoquons par exemple le *patrimoine immobilier* d'une personne. Cependant, de l'antiquité à nos jours, le sens du terme évolue et s'enrichit d'une dimension collective et figurée pour arriver à notre conception contemporaine élargie du patrimoine : « *ce qui est considéré comme l'héritage commun d'un groupe : Le patrimoine culturel d'un pays.* »⁶

Parce qu'il nous semble que l'histoire de la notion de patrimoine en France est éclairante quant à la manière dont nous envisageons le patrimoine à l'époque contemporaine, nous avons souhaité en donner un court historique, tel que nous l'ont enseigné les cours que nous avons reçus au premier semestre de la part de Madame Courget, directrice du service du patrimoine à la ville de Cahors.⁷

5 <https://www.littre.org/definition/patrimoine>

6 <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/patrimoine/58700>

7 Courget, Laure, *Cours de politiques culturelles*, Master 1, Isthia, Université Toulouse Jean Jaurès, 2022

Les XVIII^e et XIX^e siècles voient l'invention puis le développement de grandes innovations techniques qui bouleversent la face du monde tel qu'il est jusqu'alors connu en le faisant basculer dans la modernité. Pour ne citer qu'eux, le moteur à explosion (1859), le train (1804), l'électricité (1800), la photographie (1827), le téléphone (1876) ou encore l'appertisation (1795) révolutionnent véritablement la perception de l'espace et du temps, les communications, les modes de production et de conservation. Petit à petit, ces changements impactent tous les aspects de la vie quotidienne.

La conscience d'assister à la fin d'une époque et à la disparition du mode de vie qui lui est attaché engendrent chez certains le sentiment d'une urgence d'en témoigner. C'est le cas de Frédéric Mistral, par exemple, qui, pour sauvegarder et promouvoir la langue et la culture du midi fonde successivement le mouvement littéraire du Félibrige (1854), et le *Museon Arlaten* (1899) « musée de la vie vivante ». Parmi les premiers musées de société, il est toujours actuellement ouvert au public.

Parallèlement à cette marche en avant du progrès technique, la société française nouvellement composée de citoyens et non plus de sujets doit envisager la gestion collective de biens d'état, auparavant propriétés de la royauté, de la noblesse ou de l'Église. En plus de grandes pertes humaines, la révolution a entraîné de nombreuses destructions. L'abbé Grégoire, s'alarme de ce « *vandalisme* » révolutionnaire⁸ et amorce un mouvement qui donne lieu aux commencements de la conservation au titre de biens publics.

Le XIX^e siècle est celui de la structuration de la protection de ces bâtiments, documents et objets qui composent alors le patrimoine : les bases législatives mises en places sont encore en cours de nos jours, comme le statut de monument historique, créé en 1830 et dont Prosper Mérimée sera parmi les premiers inspecteurs, avec la charge d'établir un inventaire de ces témoignages architecturaux du passé. C'est également à cette époque que le Louvre devient un musée, et que l'on crée les conservatoires de musique, les museums d'histoire naturelle, les bibliothèques et les archives publiques.

La conservation du patrimoine est alors envisagée comme un moyen de protection de biens matériels, qu'ils soient bâtis ou non et un outil d'éducation. À ce titre, elle dépend du ministère de l'Instruction. Cela est le cas jusqu'à la création d'un ministère entièrement dédié

⁸ Henri GREGOIRE et Germain POIRIER, Rapport sur les destructions opérées par le Vandalisme, et sur les moyens de le réprimer, séance du 14 fructidor l'an second (31 août 1794), Convention nationale, comité d'instruction publique, 1794.

à la culture, le ministère des Affaires culturelles, offert à André Malraux en 1959 qui lance en 1964 une nouvelle campagne d'inventaire des œuvres et édifices. Depuis 1998, parmi ses six directions, le ministère compte la direction de l'architecture et du patrimoine, en charge notamment du patrimoine bâti, et gère la base Mérimée, inventaire du patrimoine culturel et des monuments historiques.

Jusqu'au XX^e siècle, le patrimoine est donc avant tout un patrimoine matériel, qu'il convient de protéger et de transmettre. Il prend un sens finalement assez proche de sa définition étymologique, si ce n'est qu'à travers le temps, la notion de patrimoine s'ouvre à celle de bien public, de la possession individuelle à la propriété collective. Au cours des XVIII^e et XIX^e siècles, il s'agirait en quelque sorte, par la mise en place d'outils de reconnaissance, d'inventaire et de protection, d'une appropriation de ce patrimoine à l'échelle d'une population.

1.1.2. L'immatériel comme un patrimoine

En France, c'est la loi du 2 mai 1930, à l'initiative du Touring Club de France, qui permet de poser les premiers jalons d'une reconnaissance et d'une protection du patrimoine culturel immatériel, notamment parce qu'elle étend la notion de monument historiques aux lieux de légendes et aux sites historiques (pas forcément bâtis), non pas pour ce qu'ils sont donc mais pour leur intérêt culturel ou historique.

Dernier pays d'Europe à ne pas en être pourvue, la France inaugure en 1937 son premier musée de « *folklore* », le Musée National des Arts et Traditions Populaires, à l'initiative de Georges Rivière. Le lieu est désormais fermé depuis 2005 mais la majorité de son fonds a été transféré au MuCEM à Marseille. Pour Gérard Derèze, (Derèze, 2005, P. 47) il s'agit avec la création d'un tel musée d'une mise évidence de « *la volonté de promouvoir l'étude scientifique de la société contemporaine, dans ses aspects les moins officiels, les plus populaires, les plus quotidiens* »⁹. En même temps que se développent les écomusées, toujours sur une idée de Georges Rivière, la mission du patrimoine ethnologique est créée par le ministère de la Culture au début des années 1980. C'est cette mission qui est chargée, à partir de 2006, de procéder à l'inventaire du patrimoine culturel immatériel en France.

⁹ Derèze Gérard, « De la culture populaire au patrimoine immatériel », Hermès, La Revue, 2005/2 (n° 42), p. 47-53. DOI : 10.4267/2042/8981. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2005-2-page-47.htm>

Le processus de mise en inventaire s'inscrit dans un mouvement mondial d'intérêt et de demande de reconnaissance du patrimoine immatériel. Il abouti en 2003, par l'adoption par l'UNESCO de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel. Un texte qui définit le patrimoine immatériel comme « *les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire - ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés - que les communautés, les groupes et, le cas échéant, les individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel.* »¹⁰. La convention détaille également les conditions fixées pour qu'un élément immatériel soit considéré comme patrimonial : « *Ce patrimoine culturel immatériel, transmis de génération en génération, est recréé en permanence par les communautés et groupes en fonction de leur milieu, de leur interaction avec la nature et de leur histoire, et leur procure un sentiment d'identité et de continuité* »¹¹

La convention prévoit également que chaque état membre mette en place et tienne à jour l'inventaire de son patrimoine immatériel. Aujourd'hui, l'inventaire français compile les résultats de précédents inventaires menés sur des zones ou des sujets précis et les résultats de la nouvelle campagne menée par la mission. Il comprend à date presque 500 fiches organisées en différentes catégories : les pratiques sociales et festives, les traditions et expressions orales, les pratiques physiques, les arts du spectacle, les jeux, les rituels, les savoirs et savoir-faire. Il est à noter que l'inscription d'une pratique au Patrimoine Culturel Immatériel français représente une simple recension et n'entraîne pas de mesures ni de financements pour favoriser sa sauvegarde.

1.1.3. Reconnaissance du patrimoine alimentaire

Au cours du XX^e siècle, le patrimoine alimentaire est « découvert » puis mis en valeur par le monde du tourisme et celui de la recherche académique. Jusqu'à sa reconnaissance en 2010 par l'UNESCO, l'intérêt de la part des institutions du monde culturel est plus difficile à susciter.

10 <https://ich.unesco.org/fr/convention>

11 <https://ich.unesco.org/fr/convention>

1.1.3.1. Le tourisme à la découverte du patrimoine alimentaire

Le XX^e siècle connaît un mouvement d'essor de l'activité touristique en France notamment par la démocratisation de l'automobile et l'avènement des premiers congés payés, en 1936. Un tourisme de plus en plus populaire qui se déplace sur le territoire et avec lui ses nécessités et ses exigences en terme de logement et de restauration. Le Touring Club de France est un des premiers à organiser les déplacements autour de ces impératifs logistiques. Il envoie par exemple aux établissements ruraux désirant accueillir cette nouvelle clientèle touristique ses recommandations quant aux standards de confort hôtelier et de régionalisme culinaire attendus par des visiteurs urbains curieux mais quelques peu méfiants¹². C'est le temps des premiers guides à l'usage de cette nouvelle population : à partir de 1901, le Michelin apporte de précieuses informations aux voyageurs qui cherchent à faire étape entre deux stations services.

C'est dans ce cadre que Jean-Pierre Poulain identifie Augustin de Croze, président du Salon des Arts Ménagers, comme un personnage central de l'émergence du patrimoine alimentaire. Il entame une recension des recettes relevant des cuisines régionales. Pour ce faire, il s'appuie sur le réseau des syndicats d'initiatives des communes touristiques dans un geste qui glorifie la cuisine régionale dans une opposition Paris/province : « *On dîne et on soupe à Paris ; on ne mange vraiment qu'en Province* » (cité par Poulain, 2012 p 1338). Cet inventaire, « *Le Trésor gastronomique de la France* » est co-réalisé avec Curnonsky, prince des gastronomes et futur auteur de la somme « *Cuisine et Vins de France* ». Son travail de mise en valeur des cuisines régionales se poursuit avec l'invitation qu'il lance aux chefs de province à venir cuisiner au restaurant de la tour Eiffel, lieu parisien s'il en est, lors de semaines de gastronomies régionales dans le cadre du salon des arts ménagers (Poulain, 2012).

1.1.3.2. Intérêt académique

Jusque dans les années 1970, l'alimentation est abordée par les sciences sociales comme un outil, un indicateur dans l'étude d'autres sujets variés : l'étude des budgets et de la consommation, la répartition des tâches ménagères dans le foyer... La spécialisation d'une sociologie de l'alimentation apparaît dans les années 70 avec des travaux dans lesquels elle est le principal sujet (Cardon et al. 2019). Le discours scientifique, et notamment

12 Techniques d'inventaire, Cours de Master 1, Martine Bergues, 2022

ethnologique, au sujet du patrimoine alimentaire éclot à la même période, de manière cependant moins académique. À ce titre, Jean-Pierre Poulain cite les collections « *Ethno-cuisine de...* » par Colette Guillemard, véritables manuels de cuisines régionales à l'usage des grands chefs et « *Itinéraires gourmands* », qu'il dirige aux Éditions Privat entre 1982 et 1990. Des ouvrages conçus autour de la parole des chefs qui travaillent avec les cuisines de terroir (Poulain 2012).

1.1.3.3. Une reconnaissance institutionnelle : la création du CNAC et les suites données à son travail

Dans l'article qu'elle consacre à ce sujet, Julia Csergo fait remonter la reconnaissance culturelle du patrimoine alimentaire par l'État à la date de 1984, naissance de mission de conservation et de promotion des Arts Culinaires (Csergo 2019). La mission est dirigée par un Conseil National (CNAC) autonome des autres composantes du ministère de la Culture et notamment de la mission ethnologique dont le champ d'action comprend pourtant le patrimoine alimentaire. À partir de 1990, le CNAC produit « *L'inventaire du patrimoine culinaire de la France* », qu'il publie à partir de 1992 en volumes organisés par régions.¹³ L'attention portée à ces travaux est jugée décevante : le ministère de la Culture ne le reconnaît pas, il ne donne lieu à aucune politique culturelle ni aucun programme de sauvegarde. Une lacune qu'elle refuse de considérer comme un mépris pour un patrimoine qui serait plus trivial et moins noble que les autres et qu'elle explique plutôt par la difficulté à cerner les contours : « *un objet protéiforme, aux noms fluctuants, aux formes mouvantes, et dont on désespère toujours de trouver une identification et une définition communes.* » (Csergo 2019)

1.1.3.4. La reconnaissance du patrimoine alimentaire par l'UNESCO

Avec l'inscription du Repas Gastronomique des Français sur la liste représentative du Patrimoine Culturel Immatériel de l'Humanité à l'UNESCO, l'année 2010 marque le tournant d'un changement notable dans la manière dont le regard se porte sur le patrimoine culturel alimentaire. Cette inscription est un événement en soi : il s'agit du premier élément d'un patrimoine lié à l'alimentation à figurer dans cette liste. L'événement fait précédent et ouvre la porte à la reconnaissance de patrimoines alimentaires du monde entier. Ainsi, la cuisine traditionnelle mexicaine, la tradition cérémonielle du *Keskek* en Turquie ou encore le

13 Aux éditions Albin Michel

washoku, tradition culinaire japonaise, pour ne citer qu'elles, sont inscrites à leur tour dans les mois suivants¹⁴.

Comme tout fait marquant et emblématique, l'inscription du Repas Gastronomique des Français à l'Unesco entraîne de nombreux commentaires, analyses et même des polémiques quant aux conditions et aux enjeux de cette reconnaissance. Pour rester au plus près de notre sujet, nous choisissons de retenir surtout deux aspects révélateurs de l'esprit de cette démarche et présents dès le dossier de candidature envoyé au comité de l'UNESCO¹⁵.

Tout d'abord, notons qu'il s'agit de reconnaître comme patrimoine le repas gastronomique en lui-même, sans mention de plat, de recette particulière, ni de produit précis. Le repas gastronomique est envisagé dans son acception la plus générique possible, et présenté à travers 5 dimensions : « *le choix attentif des mets parmi un corpus de recettes qui ne cesse de s'enrichir ; l'achat de bons produits, de préférence locaux (...) ; le mariage entre mets et vins ; la décoration de la table ; et une gestuelle spécifique pendant la dégustation (humer et goûter ce qui est servi à table)* » (Dossier RGF UNESCO). Il fait également mention de sa structure : apéritif, entrée, poisson et/ou viande avec légumes, fromages, desserts et digestif. Plus largement, le descriptif présente surtout l'importance que tient ce repas dans la vie de la communauté.

Dans un second temps, il nous semble important de retenir que pour correspondre aux conditions demandées par l'Unesco, dès le dossier de candidature, la demande de reconnaissance de ce patrimoine s'accompagne d'un engagement fort de la part de l'État. Sont ainsi annoncées des mesures concernant la transmission par l'éducation, avec la mobilisation du système scolaire et péri-scolaire ; des engagements également dans les champs de la documentation et de la recherche : création d'un centre de ressource intégré à une Unité Mixte de Recherche (Etat, CNRS) avec un siège à l'Université de Tours et développant des antennes dans d'autres villes ; enfin des actions de sensibilisation et d'information à destination du grand public et passant notamment par la création d'un équipement culturel pluridisciplinaire à dimension national et internationale (Dossier RGF UNESCO).

14 UNESCO, Listes du patrimoine culturel immatériel [en ligne], disponible sur https://ich.unesco.org/fr/listes?term%5B%5D=vocabulary_thesaurus-10 consulté en mars 2022.

15 Dossier de candidature N° 00437 pour l'inscription sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel en 2010, Disponible sur <https://ich.unesco.org/fr/RL/le-repas-gastronomique-des-franais-00437> consulté en février 2022.

Avec l'inscription du RGF à l'Unesco, le patrimoine alimentaire devient donc un nouveau champ du patrimoine culturel immatériel mondial. Il est envisagé dans une conception très large, dont certains aspects n'ont parfois qu'un lien à première vue tenu avec l'alimentation. C'est le cas par exemple des paroles échangées après le repas, qui figurent également dans le dossier : « *les convives restent à table après les desserts. Parfois, il arrive que des chants accompagnent le repas.* » (Dossier UNESCO p. 5). La reconnaissance internationale entraîne aussi une responsabilité de la part de la communauté dont émane le projet à faire vivre et sauvegarder ce patrimoine.

1.2 Pour une définition du patrimoine alimentaire

Dans le cadre posé par le patrimoine, le patrimoine alimentaire remplit des conditions spécifiques et répond à un processus de patrimonialisation.

1.2.1 Du patrimoine...

Avant de définir le patrimoine alimentaire, Jacinthe Bessière replace la notion de patrimoine dans le mouvement de l'essor contemporain des actions en direction de sa valorisation. Elle le définit comme « Marqueur d'identité territoriale, partagé entre un collectif et un individuel, il est ce qui « *fait spécificité* », ce qui rend à la fois similaire et différent » (Bessière 2012, p 979).

Le patrimoine procure un sentiment d'identité en ce qu'il est lié au territoire, ce qui permet aux individus et aux communautés de se situer en s'identifiant ou en se distinguant. Il incarne également un lien tendu du passé vers le présent et est considéré comme un repère, un élément stable dans un monde en perpétuel changement. En ceci, il est quasiment synonyme de tradition (Bessière 2012).

La tradition est en effet la « *Manière d'agir ou de penser transmise depuis des générations à l'intérieur d'un groupe* »¹⁶ et dont l'étymologie est construite sur le latin *traditio*, action de transmettre. Elle porte en commun avec le patrimoine cette idée de transmission interne à la communauté, souvent orale, informelle et inscrite dans la durée ; elle endosse ainsi elle aussi un rôle de repère immuable et pourtant revisité à chaque génération.

A l'instar de la tradition, pour Jacinthe Bessière, le patrimoine n'est pas cet objet figé que chaque génération se contente de transmettre. Au contraire, il est en évolution constante et

16 Dictionnaire Larousse en ligne <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/tradition/78903>

s'actualise, s'adapte à chacune des époques qu'il traverse. Sous des apparences de stabilité, le patrimoine est réinterprété de génération en génération, il est à la fois « *héritage et innovation, stabilité et changement* » (Bessière 2012).

1.2.2 ... au patrimoine alimentaire

Ce cadre d'analyse, Jacinthe Bessière l'applique au domaine alimentaire en vérifiant avant tout que le patrimoine alimentaire est bien un patrimoine : il est un héritage transmis, ancré dans le temps et l'espace et chargé de valeurs engendrant un sentiment d'identité. Son ancrage temporel et spatial a beaucoup à voir avec les modes de productions agricole des produits du patrimoine. Il est ainsi chargé des représentations liées à la région dont il émane mais aussi à celles d'un mode de vie paysan et rural. Il devient une référence à un passé partagé, celui d'origines communes. Caractérisé dans l'espace et le temps, évocateur de modes de vie considérés, nous l'avons vu plus haut, à la fois comme plus authentiques et naturels mais aussi sur le point de disparaître, il cristallise un sentiment d'appartenance et devient un élément de mise en valeur du lieu. C'est ainsi que Jacinthe Bessière explique comment les produits identifiés comme étant du terroir sont objets de mesures de protection et de valorisation notamment par la communauté dont ils émanent : « *la cuisine, l'alimentation, la gastronomie demeurent un des bastions de résistance de la conscience identitaire* » (Bessière 2012).

Pour définir ce patrimoine alimentaire, elle articule deux cadres théoriques :

- le premier relève de l'économie de la filière et définit l'élément patrimonial par sa place dans la filière de production. Une classification dans laquelle on situe intuitivement les produits matériels : la truffe du Lot, par exemple, se situe en tout début de cette filière, au stade de la production, dans la catégorie des produits bruts. Mais l'étude par la filière permet également d'organiser l'immatériel : le marché aux truffes de Lalbenque est identifié comme une étape de la « *Distribution* » relevant de la catégorie patrimoniale des « *Savoir-faire liés au système de distribution et commercialisation du produit* » ; quant à la recette du chou pâtissier à la truffe proposé sur le même territoire par le chef Pascal Bardet au restaurant le Gindreau, nous la situons en regard de l'étape de transformation parmi les « *savoirs et savoir-faire lié à la transformation* ».

- la seconde classification fait intervenir les différentes dimensions de l'espace social alimentaire. Conceptualisé par Georges Condominas puis Jean-Pierre Poulain, il est un concept d'étude des modèles alimentaires qui permet de penser l'alimentation dans une zone de liberté entre contraintes biologiques et contraintes écologiques à travers différentes dimensions : l'ordre du mangeable, le système alimentaire, le culinaire, les modes de consommation, la temporalité, l'espace de différenciation sociale.

Une double approche qui permet d'affirmer que le patrimoine alimentaire est un ensemble composé par les « *produits agricoles bruts et transformés, les savoirs et savoir-faire mobilisés, les productions artisanales associées à l'activité agricole, ainsi que tout objet et savoir liés à cet ensemble* » (Bessière 2012). Un ensemble hétérogène, qui réunit donc matériel et immatériel en fonction de leur lien avec le monde agricole et de leur transmission mémorielle sur le territoire.

En suivant Loïc Bienassis, il est également possible de considérer les patrimoines culinaires et gastronomiques comme des sous-divisions du patrimoine alimentaire. Le patrimoine culinaire recouvre ainsi ce qui a trait à la transformation du produit, et dans cette catégorie, le patrimoine gastronomique se rapporte selon lui « *à une cuisine ayant atteint un certain degré de raffinement ou, pour éviter tout jugement de valeur, une plus grande complexité* ».

1.2.2 Le processus de patrimonialisation

La patrimonialisation est définie par Jacinthe Bessière comme le processus par lequel l'élément patrimonial « *glisse de la sphère privée à la sphère publique* » (Bessière 2012). Elle relève d'une double appropriation : interne, qui provient de la communauté elle-même et externe, par la société entière et par le biais de preuve formelles de sa reconnaissance : la labellisation, le fait que les produits ou les recettes soient à la carte de restaurants, ou encore que le patrimoine alimentaire soit inscrit dans des stratégies de développement touristique. En cela, et nous l'étudierons dans un chapitre suivant, la patrimonialisation s'inscrit dans une démarche de valorisation des éléments de ce même patrimoine.

Tout en le renouvelant en permanence, la communauté fait le choix de son patrimoine, qu'elle sélectionne au sein de ce qu'elle reçoit en héritage. Elle classe ainsi les éléments qu'elle conserve puis transmet en les faisant accéder au statut de patrimoine. Ce choix s'effectue en fonction des symboliques attachées aux éléments : les plus patrimonialisés sont

ceux qui incarnent des valeurs identifiées comme faisant défaut dans la situation au présent (Bessière 2012). Cela raisonne avec l'historique de la notion de patrimoine que nous avons dressé plus tôt : dans cette perspective, c'est le sentiment d'assister à la disparition d'une époque qui pousse la communauté à conserver certains des éléments qu'elle investit d'une dimension supplémentaire (lien identitaire au temps et au lieu) et à les ériger en patrimoine.

Il est intéressant de remarquer que ce processus correspond exactement à la démarche d'inscription d'un patrimoine à l'Unesco : la candidature émane de la communauté, et présuppose donc que l'élément est déjà conçu comme patrimonial (plus que le présupposer, elle en demande les preuves formelles, notamment par la mention de signataires représentatifs de la communauté) ce qui correspond à ce que Jacinthe Bessière présente comme relevant de « *l'appropriation interne* » (Bessière 2012). Le patrimoine inscrit peut ensuite se prévaloir de l'acceptation de sa candidature, l'inscription à la liste représentative du patrimoine mondial de l'humanité est un signe de reconnaissance s'il en est, acte d'une « *appropriation externe* ».

1.3. Les héritages de la gastronomie française contemporaine

À l'heure d'évoquer le processus de gastronomisation, cité par Jacinthe Bessière comme un des procédés par lesquels le patrimoine alimentaire est légitimé, il nous semble intéressant de l'inscrire dans une perspective historique pour comprendre l'impact qu'il a non seulement sur le patrimoine, mais également dans le monde de la restauration gastronomique en France. Cette partie que, sauf mention contraire, nous devons au cours d'*Histoire sociale de la gastronomie et des vins*¹⁷ qui nous a été donné par Frédéric Zancanaro, nous permet aussi de nous interroger sur les héritages de la gastronomie contemporaine en France.

1.3.1. Cuisine savante et cuisine populaire

La gastronomie française contemporaine est la récipiendaire d'un double héritage, celui de deux traditions culinaires majeures qui ont évolué en parallèle l'une de l'autre, n'entrant que rarement en relation avant le XX^e siècle.

Une dichotomie qui prend sa source dans la société médiévale : fortement hiérarchisée, elle organise sa population en « états », c'est à dire en classes si rigidement séparées les unes des autres que les modes de vies de chacun de ces groupes sociaux

¹⁷ Zancanaro Frédéric, *Histoire sociale de la gastronomie et des vins*, cours de master 1, Isthia, Université Toulouse Jean Jaurès, 2021.

partageant pourtant le même territoire sont radicalement différents. Dans ce contexte d'un écart marqué entre noblesse et tiers état, les alimentations respectives ne font pas exceptions : elle ne sont comparables en aucun point. De ce schisme initial naîtra d'un côté la cuisine populaire, de l'autre la grande cuisine, que l'on appellera aussi haute cuisine ou cuisine savante.

La cuisine populaire est guidée en premier lieu par la nécessité de se nourrir et par les ressources que procure l'environnement immédiat. C'est une cuisine d'origine paysanne économiquement contrainte et qui fait donc feu de toutes productions locales. Elle est effectuée dans la sphère domestique, le plus souvent par des femmes dont ce n'est pas le métier (en tous cas qui ne reçoivent pas de rémunération pour ce travail) et se transmet oralement, d'une génération à l'autre, au sein du foyer. Une cuisine que nous pouvons donc caractériser par sa fonction nutritive, sa pratique non professionnelle, sa situation de dépendance vis à vis du territoire, et sa transmission orale. Parce qu'en comparaison avec celles dont nous disposons concernant la cuisine savante, peu de traces de la cuisine populaire nous sont parvenues, nous connaissons mal son évolution, (pourtant certaine ! que l'on pense par exemple au renouvellement profond amené dans la cuisine méditerranéenne par l'apport de la tomate) et avons intuitivement une image figée de cette alimentation qui nous semble être intemporelle.

A l'inverse, la cuisine savante est largement documentée : elle est celle des cuisiniers de métier au service des élites, à commencer par la noblesse médiévale, dont nous connaissons jusqu'au récit des festins. Des documents qui permettent par exemple de produire, plus de 600 ans après la fête ! une exposition entièrement consacrée au banquet que Gaston Fébus, comte de Foix, donne à Toulouse en 1390.¹⁸ En termes de traces écrites, c'est aussi et surtout de cette époque que datent les premiers traités de cuisine, ainsi *Le Viandier* de Guillaume Tirel dit Taillevent, cuisinier à la cour des rois de France est daté de la fin du XIV^e siècle.

Cette matière, enrichie au fil du temps, nous permet d'appréhender la cuisine savante dans son évolution, heurtée par les événements qui bouleversent le monde ou le pays (voyage de Colomb en Amérique, révolution française) et dont l'histoire est organisée en paradigmes. Son évolution permanente n'empêche pas l'apparition de constantes : avant toute chose, la cuisine savante est une cuisine professionnelle, pratiquée par des individus qui y ont été

18 *Le destin de Fébus*, exposition au Couvent des Jacobins à Toulouse, du 19 mai au 22 août 2021

formés au cours d'apprentissages. Elle est à destination des classes les plus hautes de la société, l'aristocratie jusqu'à la révolution, puis la bourgeoisie. Elle se caractérise par une prise de distance avec la fonction biologique de l'alimentation : elle recherche la sophistication par des aliments rares, onéreux ou chargés de vertus supposées, des préparations complexes, des manières de table codifiées. Elle se place également hors du champ de la contrainte économique en mettant en scène l'abondance de mets et de boissons, et refuse de se limiter à son territoire seul : elle fait appel à des produits de provenances lointaines nécessitant parfois de grands efforts de transport pour arriver jusqu'aux fourneaux. La cuisine savante se présente ainsi comme ne subissant aucune des nécessités qui structurent la cuisine populaire.

Cette opposition totale dans les caractéristiques de ces deux cuisines ne doit rien au hasard, elle relève d'un processus de distinction sociale engagé par les classes supérieures pour se différencier des classes plus basses. C'est ici l'origine de la créativité et de la sophistication de la cuisine savante : pour échapper au mimétisme des groupes sociaux inférieurs, elle se réinvente en permanence en conservant un niveau de complexité élevé.

1.3.2 Nouvelle cuisine et gastronomisation

Ce panorama rapide de cette double lignée parallèle des cuisines savante et populaire est un préalable nécessaire à la compréhension de l'ampleur du pas que franchit la Nouvelle Cuisine, qui est pourtant une cuisine savante, quand elle se tourne vers les cuisines populaires pour puiser son inspiration.

Dans la France des années 70, surgit ce mouvement que Henri Gault et Christian Millau identifient comme « *la Nouvelle Cuisine* ». Une révélation dont la légende raconte la survenue après une salade de haricots verts croquants au foie gras proposée par Paul Bocuse. La formule fait long feu et donne un nom à ce véritable nouveau paradigme de l'histoire de la cuisine, impulsé par le travail d'une génération de jeunes chefs cuisiniers (Paul Bocuse donc, aussi Michel Guérard, Joël Robuchon, Michel Bras...) qui portent un regard neuf sur la gastronomie.

Selon Jean-Pierre Poulain, cette nouvelle cuisine porte l'écho de son époque et met en scène les valeurs de son temps (Poulain, 2012) :

- la transparence : les chefs ouvrent les cuisines sur la salle et aux journalistes, ils publient leurs recettes, présentent les aliments dans des préparations qui privilégient la simplicité et le naturel, loin de la cuisine de masquage.
- la vitesse : les cuistons sont rapides, les produits exotiques parcourent des milliers de kilomètres à grande vitesse pour arriver dans leur plus grande fraîcheur depuis le bout du monde.
- la légèreté : une grande place est faite au végétal, aux salades, aux mousses, parfois même aux produits allégés.

En plus de rompre avec un bon nombre de principes établis par la gastronomie telle qu'elle était jusqu'alors connue, la Nouvelle Cuisine franchit le Rubicon en ouvrant les portes de la cuisine savante à la cuisine populaire. C'est là tout le processus de la gastronomisation : « *le renversement de perspective qui installe dans l'univers de l'excellence les cuisines locales qui furent si longtemps reléguées dans l'ordre de la nécessité, quand elles n'étaient pas méprisées* » (Poulain 2012). La cuisine populaire, étudiée par les chefs dans les livres de recettes locales, dans les mémoires des anciens et surtout des anciennes, entre dans les cuisines des grands restaurants. Au vu de ce qui a été dit plus tôt au sujet de la nouvelle cuisine, le phénomène peut sembler étonnant tant les caractéristiques de « *transparence, vitesse et légèreté* » ne sont pas tout à fait les premières à venir à l'esprit quand on évoque la cuisine populaire...

Il s'explique cependant par deux facteurs : si les chefs se tournent vers la cuisine populaire (et particulièrement vers la cuisine régionale ou de terroir) c'est qu'ils y sont encouragés par le mouvement de patrimonialisation et de valorisation que connaissent ces cuisines au cours du XX^e siècle et qui concourt à changer le regard porté sur ce patrimoine. Il faut également tenir compte du fait que les recettes de cette cuisine populaire ne sont pas présentées aux clients telles quelles : les chefs s'approprient ce patrimoine et le travaillent d'abord comme une source d'inspiration nouvelle et bienvenue. Dans ce même geste, par l'esthétisation de cette cuisine populaire, la nouvelle cuisine lui offre une légitimité gastronomique inédite.

Chapitre 2 : Construction de l'identité professionnelle

Toujours dans l'optique de définir les concepts de notre problématique, nous nous intéressons ici à l'identité professionnelle du cuisinier, une notion que nous décomposons en trois mouvements : l'identité et sa formation puis les composantes de l'identité professionnelle que nous interrogeons ensuite à la lumière de l'examen de la figure du cuisinier à travers l'histoire, puis à l'époque contemporaine.

2.1 Identité : vers une définition sociologique

À la recherche d'outils de compréhension du processus de construction de ce concept très large qu'est l'identité, nous choisissons une approche sociologique.

2.1.1 Un processus

Selon le sens commun, l'identité résiderait dans ce que l'on a de spécifique, qui fait de nous un être unique. Ainsi, l'identité, au sens large, est d'abord un ensemble de caractéristiques qui permettent de définir expressément un objet ou un acteur (Mucchielli 2013). Par exemple, les éléments figurants sur notre carte d'identité qui nous distinguent des autres. C'est cependant un paradoxe quand on sait que l'étymologie du mot, du latin *idem*, « le même », la place plutôt dans le champ de la similitude. *A priori* opposées, deux acceptations cohabitent pourtant : l'identité est ainsi le « *Rapport que présentent entre eux deux ou plusieurs êtres ou choses qui ont une similitude parfaite* »¹⁹, qui leur donne une apparence *identique*.

À l'inverse, si l'on revient à la première approche, celle de la spécificité, l'identité est liée à une dimension d'immuabilité selon la définition que donne le Larousse d'un « *Caractère permanent et fondamental de quelqu'un, d'un groupe, qui fait son individualité, sa singularité* »²⁰. Entre identique et spécifique, les acceptations du terme en révèlent la complexité. Elles se rejoignent cependant sur l'idée d'une comparaison entre éléments, impérative pour aboutir à la conclusion d'une similitude, ou au contraire d'une unicité.

19

20 <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/identit%C3%A9/41420>

L'identité est une notion riche qui est souvent convoquée en sciences sociales, en particulier lors de ces dernières décennies (Baudry, 2007). À la croisée de la sociologie et de la psychologie, l'identité personnelle est entendue comme un processus de construction en mouvement tout au long de la vie de l'individu :

« (...) le travail identitaire s'effectue de manière continue tout au long de la trajectoire individuelle et dépend à la fois du contexte et des ressources qui peuvent être mobilisées. Cette identité se modifie donc en fonction des différentes expériences rencontrées par les individus. » (Castra 2012)

Pour Guy Bajoit, c'est une question centrale. La construction de l'identité étant pour lui le moteur vers l'action et vers l'interaction, comprendre comment se construit l'identité personnelle permet alors de comprendre comment se construit la société.

Il présente cette identité personnelle comme comprenant trois dimensions :

- l'identité engagée ou comment l'individu perçoit ce qu'il a été ;
- l'identité désirée, comment l'individu projette ce qu'il veut être ;
- l'identité assignée, ce que l'individu projette comme étant ce que l'autre veut qu'il soit ;

Dans ce cadre, la stabilité de l'identité provient de l'accord entre ces dimensions qui composent le « *noyau identitaire* » (Bajoit 2010). Pour y parvenir, le travail de construction de l'identité se fait par le discours, le récit de soi, d'abord pour soi puis pour les autres et par l'action, c'est à dire « *l'engagement* » pour se rapprocher ou au contraire s'éloigner de groupes en fonction du degré d'identification ressentie. Ainsi, en fonction du sentiment de réussite ou d'échec engendré par les expériences vécues, l'individu adapte son discours sur lui-même et pour lui-même en premier lieu et ce, tout au long de sa vie.

Dans la perspective de notre étude, nous retenons particulièrement l'identification d'outils de travail de l'identité, en l'occurrence le récit et l'engagement. L'idée d'une identité composée de dimensions tournées de l'individu vers lui même (engagée ou désirée) ou vers les autres (assignée), proche finalement de « *l'identité pour soi* » ou « *l'identité pour autrui* » que détaille Claude Dubar (Dubar 2015) ouvre des pistes sur lesquelles nous sommes amenés à revenir dans la suite de ce travail .

2.1.2 La socialisation

L'appréhension de l'identité comme un processus en construction permanente se comprend par le fait qu'elle s'établit lors du processus de socialisation, c'est à dire l'apprentissage qui permet à un individu né dans une société donnée de pouvoir y vivre et par lequel il devient ce qu'il est. En considérant la question sous un autre angle, c'est également le processus par lequel la société forme les individus qui la composent. On distingue la socialisation primaire, à la naissance et dans la petite enfance des socialisations secondaires, tout au long de la vie de l'individu (Riutort 2013).

La socialisation primaire peut se définir comme étant le processus par lequel le groupe qui accueille l'individu à sa naissance, la famille et plus largement l'environnement du jeune enfant, l'amène à intérieuriser les règles, valeurs, apprentissages nécessaires à sa vie dans la société. La nature de cette transmission étant propre à chaque groupe, cela entraîne à Berger et Luckman à souligner que :

« La socialisation primaire accomplit ainsi ce qu'on peut considérer (après coup, bien sûr) comme le plus important tour que la société joue à l'individu – faire apparaître comme nécessaire ce qui n'est en fait qu'un paquet de contingences, et ainsi rendre signifiant l'accident de sa naissance. »²¹ (Cités par Riutort 2013)

La socialisation secondaire quant à elle, ou plutôt les socialisations secondaires s'accomplissent par l'évolution et l'adaptation de l'individu au cours de sa vie en fonction des groupes auxquels il est intégré. Selon ses expériences et son parcours de vie, ces socialisations secondaires peuvent être multiples et simultanées : par son cursus scolaire et universitaire, son parcours professionnel, ses relations amicales, sa conjugalité, l'individu adopte à nouveau dans chacune de ces sphères des règles et comportements qui leurs sont propres. Il est intéressant de noter qu'à la différence de celles qui sont intérieurisées pendant la socialisation primaire, celles-ci sont appréhendées comme étant plus ou moins relatives et temporaires. Berger et Luckmann illustrent ce phénomène par l'exemple des codes vestimentaires imposés par une entreprise à ses employés, qui les suivent tout en sachant bien qu'ils sont limités à ce périmètre précis. On ne s'y conforme pas en dehors de l'entreprise ni dans une autre (cité par Riutort 2013).

2.2 L'identité professionnelle

Pour étudier l'identité professionnelle, il convient de se pencher sur le terme même de *profession*. Des éléments de définition qui nous permettent ensuite de questionner l'identité professionnelle du chef.

2.2.1. Définition de la profession

En ouverture de *Sociologie des professions*, Claude Dubar en détaille quatre définitions qu'il synthétise sous la forme d'un tableau (Dubar 2015 p 13) :

Le terme « Profession » : quatre sens = quatre points de vue

PROFESSION = DÉCLARATION	PROFESSION = FONCTION
Vocation professionnelle affirmée (sens 1)	Position, compétence reconnue (sens 4)
PROFESSION = MÉTIER	PROFESSION = EMPLOI
Groupe professionnel (sens 3)	Classification professionnelle (sens 2)

Tableau 1. Sens du terme « Profession » in Dubar, Claude et al. *Sociologie des professions* Armand Colin, 2015, p 13

En interrogeant le métier de cuisinier à la lumière de cette classification, Frédéric Zancanaro confirme la validité de chacun des quatre sens du terme :

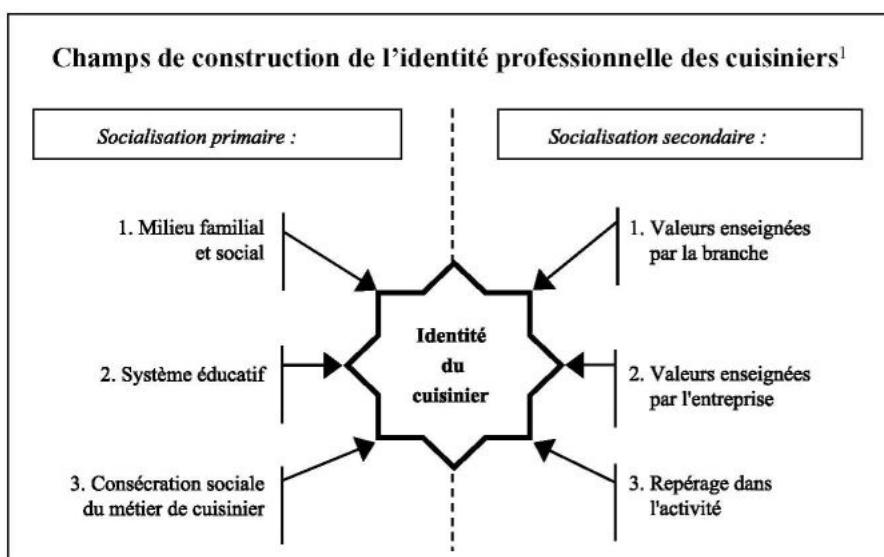
1. Dans sa signification déclarative à rapprocher de l'usage qui en est fait dans « *profession de foi* », la profession est l'expression d'une vocation : « ([*le cuisinier*] peut lors du recensement, se déclarer « *cuisinier* »)
2. La profession est un emploi, c'est à dire une activité rémunératrice : « [*le cuisinier*] peut également se définir comme « *ouvrier qualifié* » s'il est commis, ou bien comme « *contremaître, agent de maîtrise* » s'il est chef de cuisine »
3. La profession est un groupe, le sens est proche ici de celui de « *corporation* » : « [*le cuisinier*] peut aussi se définir comme ce qui est inscrit sur sa fiche de paye : « *cuisinier* » »
4. Être professionnel, c'est être reconnu dans sa fonction et ses compétences : « [*le cuisinier*] peut se définir comme « *chef de partie préparations froides* » (Zancanaro 2019 p. 46)

C'est ainsi dans un champ très large, qui va de l'auto-définition à la reconnaissance extérieure que s'étendent le sens du terme profession et les réalités qu'il désigne.

2.2.2. L'identité professionnelle du cuisinier

Observée à l'aide du cadre apporté par l'étude des socialisations, l'identité professionnelle s'acquiert au cours d'une socialisation secondaire, les normes qu'elle reconnaît sont donc vécues comme étant relatives. Dans le cadre d'une activité professionnelle comme celle de la cuisine, il semble justifié de supposer que les représentations liées à la socialisation primaire ont une importance particulière et que l'identité professionnelle du cuisinier est également fortement liée à sa socialisation primaire.

En reprenant le travail de Ivina Markova²², Sylvie-Anne Mériot schématisse ainsi l'identité professionnelle du cuisinier (Mériot 2002, p.106):



1. Ce schéma limite la *socialisation primaire* de nature professionnelle aux consécrations sociales du métier de cuisinier, pour aborder ensuite la *socialisation secondaire* dans l'activité professionnelle au travers d'une comparaison entre restaurants, cantines « autogérées » et cantines sous-traitées.

Tableau 2 La construction de l'identité professionnelle des cuisiniers,
MÉRIOT, Sylvie-Anne. *Le cuisinier nostalgique : Entre restaurant et cantine*. Paris : CNRS Éditions, 2002 p. 106

Avec toutes les précautions nécessaires liées au fait que son travail porte sur les cuisiniers de collectivités, qui présentent des particularités différentes de celles des cuisiniers de restauration commerciale (et plus encore de ceux qui travaillent dans des établissements gastronomiques), il nous semble que ce schéma illustre bien l'importance des apports des socialisations primaires et secondaires dans leur identité. En d'autres termes, l'identité professionnelle du cuisinier reçoit des influences multiples bien avant même sa formation et

22 Markova I., septembre 1999, « Sur la reconnaissance sociale », in « Représentations sociales », *Psychologie et Société*, n° 1, p. 55-80 cité par Mériot, 2002, p106

son activité professionnelle (Mériot 2002). Cet éclairage nous intéresse particulièrement dans cette étude au sujet du patrimoine, dont la transmission est assurée en partie dans le cadre familial.

Pour Claude Dubar, l'identité professionnelle s'appuie sur deux composantes, la première est biographique : elle est celle que l'individu construit en fonction de son passé professionnel, et en fonction de sa projection dans l'avenir de son parcours. La seconde est relationnelle : elle relève des interactions de l'individu avec les autres acteurs ou institutions avec qui il est amené à interagir au cours de son parcours professionnel. Elle lui permet de se situer en fonction de la reconnaissance qu'il reçoit (Dubar 2015)..

Ainsi, l'identité professionnelle se construit tout au long de la carrière de l'individu. Selon Eric Albert (Albert et al. 2003) , cette construction s'établit au travers de trois types d'appartenances :

- par le métier : l'individu s'identifie par l'activité, par les savoirs et compétences qu'il acquiert et mobilise. La profession a une identité propre, des caractéristiques historique, une définition admise par le reste de la société et dont il s'approprie les représentations. Elle se construit lors de l'apprentissage puis tout au long de la carrière.
- par le groupe : dans le cadre professionnel, l'individu appartient à différents groupes : son équipe de travail, l'ensemble des personnes qui occupent le même poste que lui, son adhésion à un syndicat ou à un groupe de représentation professionnel. Dans ce cadre, par la socialisation au sein de chaque groupe, les relations de l'individu construisent son identité professionnelle par mimétisme, comparaison ou différenciation.
- par l'entreprise : il s'agit ici de la relation entre l'individu et les valeurs portées par l'entreprise dans laquelle il travaille. On l'observe par exemple par l'adoption d'un langage, parfois un jargon, propre à la structure.

Cette conception de la construction de l'identité professionnelle nous semble particulièrement fertile quand on l'applique au champ de la cuisine : l'identité du cuisinier est construite par la représentation que la société admet de ce métier (et qui a fortement évolué ces dernières décennies) ; par sa position dans le groupe professionnel, notamment par le

poste qu'il occupe : le commis ou le chef n'ont pas la même identité professionnelle ; et par l'identité de l'entreprise dans laquelle il travaille : l'acte de cuisiner ne représente pas la même chose s'il s'agit de le faire pour le restaurant d'une grande chaîne ou pour un établissement étoilé.

2.3. L'identité du chef

2.3.1 Naissance et histoire de la figure du chef

Avant d'ouvrir cette partie consacrée à la figure du chef, nous nous permettons ici une parenthèse linguistique inspirée par Taillevent, écuyer du roi de France et première figure du chef français, même si Maguelonne Toussaint-Samat offre cette place de « premier des grands cuisiniers » au mythologique Tantale, puni pour avoir cuisiné et servi un plat de chair humaine aux Dieux de l'Olympe (Toussaint-Samat, 1989, p.15). Si au XIV^e siècle le titre d'*écuyer* appartient au monde militaire, et marque une forte hiérarchisation, ce lexique est toujours utilisé de nos jours. L'équipe de la cuisine est une *brigade* et qui est donc dirigée par un *chef*, c'est à dire une personne dont le poste est seulement désigné par le pouvoir qu'elle possède : le chef est en effet la « *personne qui commande, qui exerce une autorité, une influence déterminée* »²³. À ce titre, il est intéressant de remarquer que si le langage commun contemporain associe le simple terme *chef* au cuisinier qui dirige l'équipe de cuisine, le dictionnaire ne le reconnaît pas dans cette acception. La locution reconnue est « *chef de cuisine* » qui précise systématiquement le domaine dans lequel s'exerce l'autorité.

Pour passer en revue l'historique de la figure du cuisinier, nous nous référons à nouveau pour l'ensemble de cette partie, sauf mention contraire, au cours de Frédéric Zancanaro²⁴. Comme nous l'avons vu en étudiant les caractéristiques de la cuisine savante, le chef cuisinier est un homme (les femmes étant associées à la cuisine populaire élaborée au foyer) au service d'une élite (Zancanaro, 2019). C'est le cas de Taillevent et c'est aussi le cas des grandes personnalités qui marquent l'histoire de la cuisine. Avec lui, la figure du chef émerge à la fin du XIV^e siècle. Premier cuisinier auteur, il apporte à la cuisine savante la première possibilité d'une transmission écrite du savoir. Son influence se mesure à la lumière du nombre des rééditions de l'ouvrage : on en compte 24 entre 1486 et 1615, et par le plagiat

23 <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/chef/15043>

24 Zancanaro Frédéric, *Histoire sociale de la gastronomie et des vins*, cours de master 1, Isthia, Université Toulouse Jean Jaurès, 2021.

de plusieurs de ses recettes, notamment dans le *Mésnagier de Paris*, ouvrage anonyme paru à la fin du XV^e siècle.

Dans un XVII^e siècle très inégalitaire, où richesse et influence se mettent en scène plus que jamais sur le mode de l'ostentatoire, où la représentation du pouvoir va jusqu'à assimiler le roi au soleil, le chef occupe un rôle central dans les jeux de démonstrations auxquels se livrent les nobles. La pression sociale est grande, et poussera par exemple Vatel à la mort plutôt qu'au déshonneur le jour où en raison d'un retard de livraison il ne peut servir le repas prévu. Le rayonnement de la culture française se répercute sur celui des chefs de l'époque : ils sont nombreux à avoir publié des livres de recettes ensuite traduits en plusieurs langues (La Varenne, Robert le Sieur, Massialot, puis Menon, Marin...). C'est à cette époque que remonte l'artification de la cuisine : dans la sensibilité artistique du temps qui fait prévaloir sur tous les autres les arts de la vue, le cuisinier développe une dimension artistique, notamment dans le dressage des plats. Le temps de la Grande Cuisine c'est aussi celui où le cuisinier pratique l'alchimie à la recherche de l'osmazone. La grande cuisine se définit comme un art et une science, enrichissant de ces deux apanages nouveaux la figure du cuisinier.

Avec la révolution et la naissance de la restauration commerciale, la figure du chef s'autonomise du pouvoir aristocrate. La cuisine classique est l'âge d'or de la scientification de la gastronomie : Antonin Carême dont Jean-François Revel dira : « il écrit tout ce qu'il cuit »²⁵ rédige ses recettes avec une grande rigueur et « *se livre à l'étude de la science pour marcher à grand pas vers la perfection* ». Au début du XX^e siècle, Auguste Escoffier manie ainsi un répertoire de recettes si abouties qu'il envisagera « *toute innovation comme la perversion d'une perfection première* »²⁶. D'une renommée sans rival, il est le premier cuisinier à recevoir la légion d'honneur et incarne le chef cuisinier français dans un rayonnement international sans précédent.

À travers son histoire, la figure du chef se dessine donc dans un mouvement d'indépendance vis à vis d'un maître qu'elle participait à valoriser. Elle conserve à travers le temps son statut de figure d'autorité et s'épaissit de dimensions artistiques et scientifiques au fil des siècles et des progrès techniques. En dressant ce panorama, nous prenons également conscience que les grands chefs sont aussi pour la plupart des auteurs. Il est certes possible

25 Cité par Maguelonne Toussaint Samat, Histoire naturelle et morale de la nourriture, p 532

26 Cité par MÉRIOT, Sylvie-Anne. Chapitre premier. Historiographie de la restauration et de l'alimentation In : Le cuisinier nostalgique : Entre restaurant et cantine [en ligne]. Paris : CNRS Éditions, 2002 p27

que la publication ait permis de porter leurs noms à notre connaissance avec plus de facilité, mais dans tous les cas, cette constante associe à la figure du cuisinier le souci de la transmission de son savoir.

2.3.2 La figure du chef au XX^e siècle

Au XX^e siècle, la figure du chef évolue au gré du bouleversement qu'est l'avènement de la Nouvelle Cuisine. Trois de ces caractères sont particulièrement intéressants au vu du sujet de notre étude : la créativité, l'ancrage local, et la dimension médiatique.

Pour Jean-Pierre Poulain, après avoir rompu avec la tradition d'une cuisine savante qui se nourrit d'elle-même, avec la Nouvelle Cuisine « *les grands chefs, [sont] nouvellement soumis à une injonction de créativité.* » (Poulain, 2012, p 625) Appartenant au champ sémantique artistique, le terme créativité renvoie à la conception de la cuisine comme un art, déjà amorcée plusieurs siècles plus tôt. Pour étudier la créativité du chef contemporain, après avoir détaillé trois des sens attachés au terme création (sens divin, sens artistique et enfin sens relevant d'une portée plus large, presque universaliste), Frédéric Zancanaro retient la définition suivante « la faculté de produire quelque chose de nouveau » (Zancanaro, 2019, p.132) Cependant la nouveauté n'impose pas la table rase, elle a besoin d'appuis : aussi créatif soit-il, l'artiste ne peut pas se défaire de l'influence de la société dans laquelle il vit.

Comme nous l'avons vu précédemment, pour s'épanouir, la créativité des chefs de la nouvelle cuisine se tourne vers la cuisine populaire. Or, entre autres caractéristiques, la cuisine populaire se plie aux contraintes que son environnement lui impose en terme de ressources : elle est nécessairement locale. L'intérêt porté par les chefs en direction des cuisines régionales a pour effet d'apporter à ces cuisines une légitimation gastronomique (Poulain 2012). En retour, ces cuisines situent les chefs par leur ancrage territorial. En développant une cuisine « *du marché* », ils se tournent ainsi vers les productions locales : « *on réduit les distances d'approvisionnement au point de cultiver, légumes, aromates et condiments* » (Poulain 2012, p 934). En travaillant des recettes marquées par une identité territoriale, ils s'inscrivent forcément en relation avec le local.

Depuis la nouvelle cuisine, la figure du chef ne peut pas ignorer l'aspect médiatique (Poulain 2012). S'il existait pour certains très grands chefs auparavant, cet intérêt des médias pour la figure (presque au sens premier!) du chef contemporain est caractéristique depuis

l'avènement de la nouvelle cuisine. Jean-Pierre Poulain met en relation cet attrait des médias pour les cuisiniers avec la notion de transparence qu'il identifie comme une valeur de l'époque et un moteur de cette gastronomie nouvelle. Issus d'un nouveau courant dont l'essor doit beaucoup à l'impulsion donnée par Gault et Millau, les chefs de cette génération ont tout intérêt à accepter et même solliciter l'attention de la presse.

À travers cette recension partielle (nous mettons notamment de côté l'aspect voyageur du chef contemporain qui va chercher produits, techniques, inspirations sur tous les continents) nous remarquons que la figure du chef contemporain se précise par l'ajout de caractéristiques tout en paraissant conserver les attributs de la figure « historique » du chef tels que nous les avons précédemment définis. À l'époque contemporaine, le chef est bien toujours une figure d'autorité, entre art et science (nous pensons ici à la cuisine moléculaire). Le chef de l'époque contemporaine, comme ses prédécesseurs est également un auteur : dans son étude des chefs tri-étoilés, Frédéric Zancanaro établit à 10,8 la moyenne de livres publiés par cuisinier (Zancanaro 2019, p 341).

Chapitre 3 : Valorisations

3.1. Le processus de valorisation du patrimoine

Alors que nous présentions en introduction l'origine de ce travail dans un contresens au sujet de l'interprétation du terme *valorisation*, nous repérons facilement la raison de cette méprise dans l'étude de son étymologie.

3.1.1 Valorisation : l'étymologie au service de la définition

La racine latine *valor*, la valeur, conserve dans toutes ses dérivations (valoir, valoriser, valorisation) une grande polysémie. Nous choisissons ici d'examiner deux de ses sens les plus communs, l'un concret, l'autre plus symbolique, en mettant volontairement de côté la signification morale du terme qui n'a qu'un rapport plus lointain avec notre sujet.

La valeur, en effet, est d'abord une indication quant à la tarification d'un élément, elle est « *ce que vaut un objet susceptible d'être échangé, vendu, et, en particulier, son prix en argent* »²⁷. Dans ce cadre concret, valoriser c'est ainsi « *faire prendre de la valeur à quelque chose* », c'est à dire, décider du prix qu'elle vaut. En suivant logiquement ce mouvement, la valorisation consiste dans cette acception en une « *hausse de la valeur marchande d'un produit ou d'un service, provoquée au moyen de mesures volontaires ou, éventuellement par mesures légales* »²⁸.

Par extension, mais dans un sens plus figuré, la valeur est également « *l'importance, le prix attaché subjectivement à quelque chose* »²⁹. Indépendamment de son prix marchand, l'élément est alors chargé d'une « *portée* » supplémentaire, d'un « *sens* » particulier. Valoriser, dans ce cas là, c'est alors « *donner une importance accrue, mettre en valeur* »³⁰, c'est à dire montrer, attirer l'attention sur l'élément subjectivement investi de cette dimension positive. Une démarche de valorisation, qui signifie donc dans cette acception figurée « *l'action de donner plus de valeur à quelque chose ou quelqu'un* »³¹.

27 <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/valeur>

28 <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/valorisation>

29 <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/valeur>

30 <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/valoriser>

31 <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/valorisation>

D'un côté, augmenter le prix marchand ; de l'autre, mettre en avant un élément chargé de sens, si les deux aspects de la valorisation ne sont pas antinomiques, ils ne se confondent pourtant pas totalement et coexistent dans l'usage commun du terme. En guise de synthèse, nous proposons donc de considérer la valorisation comme l'action de mettre en valeur pour créer davantage de valeur.

3.1.2 La valorisation du patrimoine alimentaire

Nous retrouvons chez Jacinthe Bessière cette distinction entre les deux aspects de la valorisation. Ils sont pour elle deux étapes successives du processus que l'on peut étudier de la sorte : d'abord, quelles sont les valeurs, c'est à dire, le système de représentations attaché aux productions alimentaires ? C'est ici un préalable indispensable, puisque c'est en fonction de ces perceptions que s'opère la sélection des éléments patrimonialisés. Puis, quelles sont les actions engagées ? En d'autres termes, comment met-on l'élément en valeur en lui attribuant un sens particulier, puis, comment lui donne-t-on de la valeur ? (Bessière 2012)

3.1.2.1. Les valeurs du patrimoine

Jacinthe Bessière souligne dans un premier temps l'importance de la dimension temporelle de l'élément patrimonialisé : il est chargé d'une profondeur historique par la communauté dont il émane. Ce lien avec le passé peut s'établir en faisant référence à la mémoire collective, l'élément patrimonial est un « *bien collectif* » qui renvoie à l'histoire partagée et transmise par la communauté. La dimension historique de l'élément patrimonial peut également se développer en lien avec un passé plus individuel, celui de la mémoire familiale. L'ancre temporelle est alors d'une profondeur moindre et sa transmission s'effectue en premier lieu dans la sphère domestique.

Cette dimension temporelle est une composante incontournable du patrimoine alimentaire. Parce qu'elle est la marque de la confirmation d'un passé partagé, elle participe au sentiment identitaire : « *La connaissance de l'histoire de l'objet patrimonial par la communauté est alors essentielle* ». (Bessière, 2012, p 983). C'est ici un point fondamental dans la construction du patrimoine, souligné également par Dominique Poulot quand il affirme que le patrimoine est « *l'héritage dont nous constatons la présence autour de nous et que nous revendiquons pour être le nôtre, dont nous cherchons à garantir la préservation et l'intelligibilité* » (Poulot, 2006, p 8). Dans ce dernier terme se révèle toute l'importance du

discours qui accompagne l'élément du patrimoine et qui est une condition *sine qua non* à sa perception en tant que tel.

Le patrimoine est également investi d'une dimension territoriale qui le lie à un lieu ou un espace défini. C'est pourquoi le terroir est si souvent convoqué quand il est question de patrimoine. Cette notion peut en effet être envisagée comme une unité géographique de production présentant des caractéristiques spécifiques : dans ce cas, on attribue l'unicité des produits issus de la zone agricole à la singularité des qualités du sol ou du climat. Une interprétation selon laquelle le terroir, parce qu'il est perçu comme influant sur les qualités du produit et parce qu'il est le seul à bénéficier des facteurs naturels précis qui le caractérisent, produit un élément qu'on ne peut retrouver nulle part ailleurs. En plus de l'ancrage dans le territoire, le produit est ainsi attaché au terroir par un lien d'exclusivité (Bessière 2012).

La notion de terroir peut aussi s'entendre dans une perspective socio-historique : il est un repère dans l'espace mais aussi dans le temps et participe à qualifier identitairement la communauté. Dans ce cas, on attache au terroir une histoire, des représentations, des pratiques. Les particularités des produits qui en émanent sont attribuées à l'histoire collective et singulière de la communauté et à la transmission effective de savoir-faire. Plus qu'au territoire lui-même, le produit est alors lié à la communauté et à son histoire dont il est perçu comme le témoin (Bessière 2012).

La première étape de valorisation du patrimoine alimentaire consiste donc en l'investissement, par la communauté, de valeurs précises dans les éléments du patrimoine. Parce que l'on voit en eux un héritage que l'on reçoit ou parce que l'on perçoit l'influence de notre territoire sur eux, ils endossent une portée symbolique et ne peuvent plus être confondus avec d'autres éléments auxquels ils ressemblent. Repères à travers le temps et l'espace, ils peuvent se charger d'une dimension identitaire, condition indispensable à leur valorisation en tant que patrimoine (Bessière 2012).

Ces dimensions peuvent ensuite s'actualiser selon l'ici et le maintenant de la valorisation : Jacinthe Bessière établit un lien entre la crise identitaire et l'engouement pour la valorisation du patrimoine alimentaire. Dans ce cadre de crise ou de perte d'identité, la valorisation du patrimoine serait une façon d'essayer de « *rembobiner* », de revenir au temps d'avant les « *angoisses et culpabilités alimentaires* » et d'avant la menace de standardisation de l'alimentation par la mondialisation (Bessière 2012). Dans une lecture orientée par les

préoccupations contemporaines, les dimensions temporelles et spatiales du territoire deviennent alors la marque de l'authentique et du naturel, vertus recherchées en réaction à la situation actuelle.

3.1.2.2 La mise en valorisation du patrimoine alimentaire

Pour étudier la mise en valorisation du patrimoine alimentaire, nous nous tournons vers le champ du tourisme, qui est le plus fécond en la matière, notamment parce qu'il ouvre vers des applications concrètes, vers une mise en action :

« les phénomènes que recouvre cette thématique (...) intéressent les acteurs de la filière touristique et les sociologues à plusieurs niveaux. Ils participent tout d'abord, à une restructuration de la demande touristique, ils offrent ensuite, l'occasion d'un redéploiement stratégique d'un ensemble d'acteurs sociaux concernés par le fait touristique (...) » (Poulain, 1998)

En effet, l'attrait pour le patrimoine, et notamment pour le patrimoine alimentaire, attaché comme nous venons de le voir à un « *terroir* » peut être considéré comme un atout pour le développement et la diversification socio-économique des territoires. En lien avec les conditions agricoles de production des produits du patrimoine alimentaire, sa valorisation économique et touristique concerne en premier lieu les zones rurales.

Nous souhaitons ici en examiner les leviers et les acteurs, et déterminer le rôle joué par la restauration dans ce processus.

Selon Jacinthe Bessière, la valorisation économique du patrimoine est guidée en premier lieu par l'attachement et le sens donné à ce patrimoine (Bessière 2012). C'est un processus qui demande à la communauté la capacité de s'organiser collectivement, notamment en organisant le travail des acteurs des différentes étapes de la filière de production. Elle peut être pratiquée selon diverses intensités en fonction du système « *touristico-gastronomique* » mis en place : dans le cas d'une valorisation du patrimoine pratiquée de manière traditionnelle ou artisanale, les acteurs de la gastronomie liée à ce patrimoine travaillent individuellement la reproduction du savoir faire lié au produit ; dans le cas d'une valorisation plus structurée, présentant des initiatives plus nombreuses et diversifiées autour d'un même patrimoine, les acteurs du patrimoine gastronomique doivent interagir pour se différencier en adaptant ce patrimoine (Bessière 2000).

En d'autres termes, nous retenons que les chefs cuisiniers et autres acteurs de la gastronomie sont partie prenante dans la valorisation du patrimoine alimentaire. Leur action

de valorisation ne peut se faire sans la constitution effective d'une filière sur le territoire et qu'ils adaptent leurs pratiques de valorisation du patrimoine pour se différencier en fonction de l'offre mise en place. Nous soulignons également le fait que dans le cadre de sa mise en valorisation, le patrimoine alimentaire est considéré comme une véritable ressource pour la communauté dont il est issu.

3.2. Le rôle des représentations médiatiques

Dans la continuité de cette étude sur l'identité et le patrimoine, nous nous intéressons désormais à l'image médiatique des chefs. Une partie que nous articulons à la suite de l'examen des valorisations autour de l'idée que dans les deux cas, il s'agit de rendre visible, de mettre en valeur pour créer de la valeur.

3.2.1 Identité, image et communication

Nous entrons ici dans le champ de la communication, « *fait, pour une personnalité, un organisme, une entreprise, de se donner telle ou telle image vis-à-vis du public* »³². Avant toute chose, il nous faut définir ce terme, ô combien polysémique, doté par le *Larousse* d'une douzaine de significations. Nous pouvons les considérer sous plusieurs ensembles :

- les sens liés à la reproduction de l'apparence visuelle de quelque chose ou quelqu'un sur un support : à cette idée correspond le reflet dans le miroir, les productions réalisées par la photographie ou autres techniques ou arts ainsi que l'objet concret produit de la sorte.
- les sens liés à la ressemblance : au sens figuré, l'image est aussi la figure stylistique d'analogie qui rapproche deux éléments, par exemple : « *l'eau qui coule, symbole du temps qui passe* »³³
- les sens liés à la représentation mentale et notamment l' « aspect sous lequel quelqu'un ou quelque chose apparaît à quelqu'un, manière dont il le voit et le présente à autrui, notamment dans un écrit : « *l'image que les Français se font d'eux-mêmes* ».³⁴

De cette dernière définition, nous retenons particulièrement que l'image est une représentation qui relève à la fois de la manière dont la personne ou la chose en question est perçue et de la

32 <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/communication>

33 <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/image/41604>

34 <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/image/41604>

manière dont elle est représentée. Dans le cadre de notre étude c'est bien cette dernière acception que nous considérons, sans oublier cependant le premier sens du terme, celui de la reproduction de l'apparence visuelle.

Dans le champ de la communication, qu'il étudie au sujet de l'identité des marques mais qui nous semble pouvoir s'appliquer de manière plus générale, Jean Noël Kapferer dépeint le rapport entre l'identité et l'image comme appartenant à deux dimensions différentes : l'image est du côté de la réception, la représentation constituée par le public, l'identité est du côté de l'émission. Il est à noter que si Kapferer travaille a priori loin de notre sujet, il nous a d'autant plus semblé intéressant de faire appel ici à sa conception de l'image qu'elle est assez large et que l'on parle désormais de « *chef marque* » (Badulescu 2020).

Le lien est également possible avec « *l'identité pour soi* » et « *l'identité pour autrui* » (Dubar, 2015). En croisant les concepts, dans la médiatisation des chefs, leur image résulterait de la manière dont le public se le représente à travers les éléments de son « identité pour autrui » que le chef a donné à voir. L'image est donc une production du public. Dans le champ de la communication médiatique il est cependant possible de la travailler. Dans le domaine gastronomique, les plus grands chefs sont ainsi conseillés par des agences, consultants et autres professionnels de l'image. Des coachs en image qui travaillent le story-telling, la mise en scène et la prise de parole des chefs en public³⁵

3.2.2. Médiatisation de la gastronomie

Le souci des chefs pour leur image publique s'inscrit dans une époque où la relation entre gastronomie et médias connaît une évolution importante. Si le besoin de notoriété des chefs date des débuts de la restauration commerciale, il trouve aujourd'hui une audience nouvelle par la place grandissante qui est faite à la cuisine dans les médias. De 4 magazines culinaires papier recensés par l'Office de Justification des Diffusions en 1989, il en paraît 15 en 2020³⁶. Le mouvement est le même à la télévision, alors que l'on comptait une moyenne de 4 magazines réguliers consacrés au domaine sur les grandes chaînes entre 1950 et 2000, ils sont une douzaine à être diffusés de nos jours³⁷

35 Ezéquiel Zérah, Ces coachs qui murmurent à l'oreille des chefs, Le Point, 11 octobre 2019 [en ligne] <https://www.lesechos.fr/weekend/gastronomie-vins/ces-coachs-qui-murmurent-a-loreille-des-chefs-1212995>

36 <https://www.acpm.fr/Les-chiffres/Observatoire-2021-de-l-ACPM-Syntheses-2020> (L'Office de Justification des Diffusions est devenu l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias en 2015)

37 Nous reprenons les chiffres de Cebrian, Elisa, al. *La médiatisation de la cuisine à la télévision, projet tutoré L3*, Toulouse : Isthia Université Toulouse Jean-Jaurès, 2016

Une communauté d'enjeux entre chefs et médias favorise ce développement. Par la médiatisation le chef gagne en notoriété et se fait donc connaître d'une clientèle potentielle plus large, pour son restaurant, ses livres, ses autres activités. Un travail de « *personal branding* » (Pagès, 2017 p.81) qui lui permet également d'accélérer sa carrière en accédant à des postes ou des récompenses bien plus tôt que s'il n'avait pas bénéficié de cette exposition (Zancanaro, 2019, 339). Enfin, la médiatisation, quand elle passe par la participation du chef à des programmes qui sont entièrement fondés sur lui, type « *Top Chef* », est une source financière directe. De leur côté, les médias attirent le public et légitiment leurs productions en collaborant avec des chefs reconnus (pour reprendre le même exemple, on compte 14 étoiles dans le jury de *Top Chef* 2022).

Dans cette « *starisation* » des chefs, pour reprendre le terme de Pudlowski (Pudlowski 2005, cité par Bourelly 2010) plusieurs types de chefs émergent. En observant leurs interventions dans différents médias, notamment à la télévision et sur internet, Dominique Pagès distingue ainsi les motifs (Pagès 2017):

- le « *chef pédagogue* », celui qui vient pour transmettre son savoir dans une démarche finalement assez traditionnelle,
- le « *chef et la science* » qui s'associe son image à celle de scientifiques et qui concerne notamment les chefs qui ont fait les heures de la cuisine moléculaire,
- le « *chef militant* » avec comme exemple type Jamie Oliver, chef médiatique héritier de chef médiatique et qui communique autour des engagements qu'il prend pour favoriser une alimentation qu'il juge meilleure,
- le « *chef-artiste* » qui l'éloigne de la prouesse technique et met en avant la liberté de son geste artistique
- le « *chef voyageur* » qui voyage par contrainte professionnelle ou pour la rencontre d'autres cultures alimentaires
- le chef « *creatif* », entrepreneur qui manie la création de concepts et qui maîtrise les codes symboliques de la communication.

De cette liste non exhaustive de titres non exclusifs, les différents caractères pouvant se combiner à des degrés divers, nous retenons que la plupart de ces dimensions attachées aux chefs ne sont pas nouvelles. Elles n'ont pas été inventées pour faire le jeu de la communication médiatique : la transmission, l'art, la curiosité, l'engagement même, sont des dimensions qui sont venues compléter la figure du chef à divers stades de l'histoire de la

gastronomie. Elles sont ici cependant les outils d'une mise en scène où chaque chef est investi de valeurs différentes, chacune de ces catégories correspond à une narration, à un réseau de codes.

Conclusion de la première partie

Après avoir étudié l'histoire du patrimoine, nous avons examiné son processus de constitution et son processus de valorisation. Pour conclure cette première partie, nous répondons à la question posée en ouverture et qui nous a guidée dans notre étude du patrimoine, à savoir : comment identifier le patrimoine ?

Nous croisons ici deux listes de critères retenus par les inventoriastes de l'Institut Européen d'Histoire et des Cultures de l'Alimentation (IEHCA) à Tours qui a travaillé sur le patrimoine alimentaire de la région Centre³⁸ et ceux de l'Institut Réunionnais de la Qualité Agroalimentaire (Irqa)³⁹. Sans surprise, nous retrouvons beaucoup de similitudes entre les deux programmes d'inventaires, et également avec la définition donnée par Jacinthe Bessière (Bessière, 2012), dont nous précisons les apports entre parenthèse. Nous pouvons alors considérer la liste suivante :

- le patrimoine doit être commercialisé
- il doit être ancien, (nous retrouvons ici l'idée de l'ancrage dans le temps) les chercheurs de l'IEHCA fixent l'ancrage historique, à au moins 50 ans d'existence
- il doit être lié à un territoire (ancrage dans le lieu)
- il doit bénéficier d'une notoriété (connaissance et reconnaissance par la communauté)
- correspondre à un savoir-faire local (il est exclusif du lieu)

Pour avancer dans notre recherche c'est donc cette liste qui nous guidera quand il s'agira de déterminer d'un élément alimentaire s'il appartient au patrimoine ou non. Dans le doute, nous nous reporterons aux documents de référence que sont les inventaires régionaux produits par le CNAC et publiés chez Albin Michel.

38 <https://iehca.eu/fr/patrimoines-alimentaires/inventaire-du-patrimoine-culinaire-du-centre>

39 <https://daaf.reunion.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/>

18_IRQuA_inventaire_patrimoine_alimentaire_cle01f174.pdf

PARTIE 2 : PROBLÉMATIQUE ET HYPOTHÈSES

1. Problématique

Dans une première partie de notre recherche nous avons défini le patrimoine et examiné les liens étroits qu'il entretient avec la gastronomie à l'époque contemporaine. Dans une perspective historique, nous avons constaté le caractère récent de la reconnaissance du patrimoine alimentaire. Nous avons également pris conscience du rôle que les chefs du XXe siècle ont joué dans ce phénomène. Patrimoine et gastronomie contemporaine sont donc liés par un mouvement de légitimation par la gastronomie du patrimoine, puis dans le même geste, de l'inspiration par le patrimoine, de la gastronomie.

Nous avons ensuite questionné l'identité professionnelle du chef : en approchant la construction de l'identité par le regard de la sociologie, nous avons compris le rôle des socialisations, et notamment l'importance de la socialisation primaire. Se jouant dès la naissance et la petite enfance, nous imaginons l'influence qu'elle a dans la définition de la culture alimentaire de l'individu et les chefs n'y font pas exception. De nouvelles valeurs sont acquises pendant les socialisations secondaires, au fil des expériences qui forment les individus. Dans le domaine professionnel de la restauration, le chef est amené à incarner nombre d'entre elles. Leur identité professionnelle tient à la fois de ces deux socialisations.

Enfin, nous nous sommes intéressée aux valorisations, point de départ de la question à l'origine de ce travail. Nous avons compris comment la valorisation fait du patrimoine alimentaire une ressource pour tout un territoire. Nous avons perçu comment, pour profiter collectivement des retombées économiques, c'est une chaîne entière d'acteurs qui doit se coordonner dans ce processus. Dans la continuité, parce que nous questionnons sa dimension de valorisation, nous avons cherché à interroger la médiatisation des chefs, et à comprendre son importance de nos jours.

Pour étudier plus avant l'articulation entre ces notions, nous posons donc la problématique suivante :

« Quelle est la place du patrimoine dans la construction de l'identité des chefs ? »

Pour y répondre, nous formulons trois hypothèses. La première lie le patrimoine à une part intégrante de l'identité du chef : son activité créatrice. Nous formulons ainsi l'hypothèse que **le patrimoine est un appui à la créativité du chef**.

Nous revenons à l'origine de la notion de patrimoine en nous rappelant qu'il émerge à l'approche de grandes crises ou de grands bouleversements et nous la rapprochons de la catastrophe environnementale dont l'imminence est maintenant bien connue de tous. Nous formulons notre ainsi notre deuxième hypothèse : **pour les chefs, le patrimoine est une valeur refuge en temps de crise.**

Enfin, nous mettons en relation le patrimoine avec la dimension du chef en tant que personnalité publique ayant de plus en plus accès aux médias, et ayant de plus en plus besoin de cette visibilité. Nous formulons alors notre troisième hypothèse : **le patrimoine est une ressource dans la médiatisation des chefs.**

2. Hypothèses

Créativité, refuge ou support à la communication, nous développons ici nos hypothèses en les illustrant par des exemples issus de l'univers de la gastronomie française contemporaine.

2.1. Hypothèse 1 : le patrimoine est un support à la créativité des chefs

2. 1.2. Dépasser l'opposition patrimoine / créativité

Il est vrai que dans un premier temps, il semble contre intuitif d'associer patrimoine et création tant les termes paraissent antinomiques. La création telle que nous l'avons vue définie par F. Zancanaro (Zancanaro 2019), est la « *la faculté de produire quelque chose de nouveau* ». Avant toute chose, posons nous la question de la possibilité effective d'une nouveauté absolue en cuisine : elle nous semble immédiatement contredite par le fait que le cuisinier travaille une matière déjà existante, et déjà travaillée par d'autres avant lui. Aussi créatif le chef soit-il, il peut produire ses légumes par exemple, il peut même les modeler à sa guise, comme Glenn Viel constraint ses courges à pousser dans des moules en forme de jambon, il ne pourra pas entièrement créer la matière de ses plats.

Figure 3 : Dans le potager de Glenn Viel,



une pousse de courge dans un moule transparent

Sans aller aussi loin, considérons le chef comme un individu ayant subi une socialisation primaire, dont nous avons vu l'impact sur l'identité. En tant qu'être social, il ne peut pas se dégager de l'influence de la société sur lui et donc de la part qu'elle imprime également à son œuvre. Enfin, le cuisinier, la plupart du temps, a suivi un apprentissage, il a

reçu par ses pairs un héritage dont il ne peut se défaire, même en le refusant : c'est encore lui accorder une place (Zancanaro, 2019).

Cette opposition apparente se dépasse également en questionnant la connotation de fixité associée au patrimoine, qui semble exister en dehors de toute contingence temporelle. Le patrimoine, tout comme la tradition est actualisé en permanence. (Bessière, 2012) Cette condition d'un patrimoine réinventé en fonction des conditions de vie de la communauté dont il est issu est même un des critères de la définition cadre dans le texte de la Convention du Patrimoine Culturel Immatériel de l'UNESCO.⁴⁰

Enfin, cette opposition patrimoine / création cède devant la réalité du monde gastronomique. La question est rhétorique et a trouvé sa résolution depuis les années 70 et l'avènement de la nouvelle cuisine, dont l'un des 10 commandements institués par Gault et Millau : « *Tu ne seras pas systématiquement moderniste.* »⁴¹ laisse entrevoir dès 1973 la place que prendra l'inspiration patrimoniale dans la gastronomie contemporaine. Comme nous l'avons vu, en effet, les chefs de ce courant trouvent leur inspiration, cet « *enthousiasme, (ce) souffle créateur qui anime l'écrivain, l'artiste, le chercheur* »⁴², non plus dans la cuisine savante, mais dans un large horizon de sources culinaires, et parmi elles dans des cuisines de tradition relevant du patrimoine alimentaire (Zancanaro 2019).

2.2.2. La valorisation patrimoniale comme moteur de la créativité des chefs

Les chefs font partie du processus de mise en valorisation du patrimoine par leur rôle dans sa gastronomisation : ils le légitiment en même temps qu'il participent à diffuser sa connaissance (Poulain 2012). Ils en reçoivent également les retombées : la valorisation participe au développement de leur territoire et donc à son attractivité. Un cercle vertueux qui aboutit, quand il est effectif, à l'accroissement du tourisme et donc de la clientèle potentielle (Bessière, 2012).

Ce rôle d'acteur de la valorisation patrimoniale encourage également la création de la part des professionnels de la gastronomie, dans un mouvement qui a trait à une logique de marché : dans le processus de valorisation du patrimoine, la multiplication des acteurs

40 UNESCO

41 <https://fr.gaultmillau.com/news/notre-histoire-gault-millau>

42 <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/inspiration/>

débouche sur une diversification de l'offre, notamment par l'adaptation par chacun de ce patrimoine (Bessière, 2012). Ainsi, pour se différencier les uns des autres, à partir d'un même patrimoine commun, les chefs mobilisent leur créativité. Il est sans doute possible d'inscrire par exemple dans ce cadre l'utilisation du haricot tarbais en dessert par Michel Sarran, dans une région où cette légumineuse est associée à une surexploitation patrimoniale.

2.2.3. Les limites à la création

Nous pouvons cependant anticiper des limites à cette conception du patrimoine comme base de création. Pour qu'un élément soit envisagé et apprécié comme étant patrimonial, on doit pouvoir le connaître et le reconnaître : l'histoire de l'élément patrimonial doit être connue de la communauté (Bessière 2012). Aussi, il ne peut être rendu trop méconnaissable par l'appropriation créative du chef. Il s'accompagne forcément d'un discours, implicite peut-être, pour les éléments les plus partagés, mais qui doit s'expliquer dans le cas des patrimoines moins connus. Il est par exemple possible qu'un public non averti passe à côté de la portée patrimoniale du célèbre « Gargouillou » de Michel Bras : à la manière d'un palimpseste, le plat du grand chef réécrit sur un mode très contemporain *sur* la recette de tradition et n'en garde que le nom, dans lequel seuls les initiés liront la référence.

Enfin, nous avons retenu que l'élément patrimonial est indissociable des sens et valeurs qui lui sont attachées par la communauté. Or, cette dimension symbolique du patrimoine est associée à un sentiment identitaire (Bessière, 2012). Cuisiner le patrimoine mobilise ainsi l'identité, avec tout ce que cela peut comprendre de ressenti subjectif et intime en terme de crispation ou de sentiment de provocation. Si l'on nous accorde une parenthèse personnelle, nous nous souvenons avoir assisté à une altercation à la table du restaurant d'un festival où nous travaillions : le chef (d'un caractère bien trempé) refusait qu'un client commande du Coca-Cola pour accompagner ses toasts de foie gras (qu'il n'avait pas lui-même préparé)... En plein cœur du Gers, et dans l'esprit de cet homme, une lutte symbolique avait lieu : le soda américain agressait sur ses terres sa culture gasconne.

2.2. Hypothèse 2 : le patrimoine est une valeur refuge en temps de crise

2.2.1. Le patrimoine comme construction compensatoire

Dans la première partie de ce travail, en retracant l'historique de la notion de patrimoine, nous avons constaté que l'idée d'un patrimoine tel que nous l'entendons à l'époque contemporaine était née des bouleversements dans lesquels la modernité a entraîné le monde d'avant les grandes découvertes techniques du XVIIIe et XIXe siècles⁴³. L'idée de patrimoine est alors engendrée par une réaction conservatrice, au sens premier du terme face à un sentiment de perte de repères, de crise identitaire. Un geste qui semble s'inscrire dans une constance. Julia Csergo envisage l'intérêt porté au patrimoine dans les années 70 comme rapporté à « *un travail de deuil, à la hantise de la perte [...] posé comme une alternative à la finitude* » (Csergo, 2019) pour confirmer qu' « *il n'y a pas eu abandon du principe selon lequel le patrimoine englobe « un ensemble de figures et d'activités tenues pour significatives de la vie sociale que nous venions de perdre »* ». Une tentative, forcément vaine, d'aller contre le cours du temps.

Jacinthe Bessière pousse plus loin encore la réflexion : dans un monde contemporain, moderne et industriel, la patrimonialisation joue « *le rôle de processus compensatoire, de retour en arrière* » (Bessière, 2012, p 981). Il ne s'agit plus là d'arrêter le temps, mais bien de le remonter.

Face à un futur incertain voire hostile, le patrimoine offre l'illusion qu'un retour est possible vers un passé que le prisme de la situation présente laisse percevoir comme étant plus enviable. C'est même sur cette possibilité que s'opère la sélection préalable au processus de patrimonialisation. Ainsi, la sélection du patrimoine montre paradoxalement le manque, l'élément patrimonialisé fait la preuve de l'absence des valeurs dont on le charge dans la société qui le patrimonialise en cherchant à *compenser* cette perte. (Bessière, 2012, p.980)

2.2.2. Gastronomie et crise environnementale

La crise climatique que connaît notre société contemporaine n'est plus à démontrer : le GIEC, Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat, publie chaque année un rapport sur le sujet. En février 2022, il alerte sur l'imminence d'un changement climatique provoqué par l'activité humaine, qui affecte d'ores et déjà d'immenses populations. L'heure

43 Courget, Laure, *Cours de politiques culturelles*, Master 1, Isthia, Université Toulouse Jean Jaurès, 2022

est désormais à l'urgence et pour y échapper, les mesures doivent être radicales : «*On y insiste sur l'urgence de prendre des mesures immédiates et plus ambitieuses pour faire face aux risques climatiques. Les demi-mesures ne sont plus possibles.*»⁴⁴

Parmi les activités humaines responsables de ce changement climatique, celles qui sont liées à l'alimentation tiennent une place majeure. Selon des données datant de 2015, les productions alimentaires émettent ainsi « *23 % de l'empreinte carbone et 9 % de l'empreinte énergétique, 55 % des émissions de gaz acidifiants et 23 % de l'empreinte eau.* » (Martin, 2015). Dans l'analyse de l'impact sur l'environnement provoqué par les acteurs de l'alimentaire, toute la filière est impliquée, de la production agricole à l'élimination des déchets, en passant par la transformation, le transport la distribution. En dehors de celui qui est provoqué par les matières premières qu'elle consomme, le principal impact environnemental de l'activité de la restauration est lié à la consommation d'énergie (Martin 2015).

Depuis quelques années, la restauration gastronomique prend la mesure de cette situation et l'on voit apparaître dans le domaine des démarches guidées par le souci de l'environnement. Des labels, normes et certifications apparaissent qui garantissent l'usage de bonnes pratiques dans les établissements, comme par exemple la société Écotable qui accompagne les restaurateurs dans la transition écologique et qui labellise les restaurants selon des critères écologiques (45 restaurants labellisés en janvier 2021, 177 en mars 2022)⁴⁵. Dans un geste dont il faudrait questionner la dimension symbolique, le guide Michelin, pourtant historiquement associé au peu éco-vertueux voyage en véhicule individuel, décerne depuis 2020 des étoiles vertes pour récompenser « *les restaurants et les chefs qui se montrent responsables de leurs normes éthiques et environnementales* »⁴⁶. Avec le souci d'une gastronomie plus respectueuse de l'environnement, certains professionnels travaillent en effet sur leur production de déchets, l'augmentation de la part végétale de leur menu (la production de viande étant la plus consommatrice d'eau), et l'origine locale de leur produits. Parmi eux, citons Josselin Marie, chef de la Table de Colette, restaurant « *gastronomique écoresponsable* » à Paris qui annonce dans sa carte les engagements environnementaux pris par l'établissement et qui calcule le bilan carbone de chaque menu proposé.

44 GIEC, communiqué de presse, 28 février 2022, disponible sur
https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2022/02/PR_WGII_AR6_french.pdf

45 <https://ecotable.fr/fr>

46 <https://guide.michelin.com/lu/fr/article/features/qu-est-ce-que-l-etoile-verte-michelin-et-comment-l-obtenir>



Figure 1 : *Les engagements du restaurant la Table de Colette, « premier restaurant gastronomique français ECO-RESPONSABLE et ZERO CARBONE »*, première page du menu, photo : Aurélia Courbières, Janvier 2022

Encore, Florent Ladeyn à l'Auberge du Vertmont à Boeschepe , pousse le locavorisme à cuisiner sans riz, poivre, ni chocolat, et qui va même jusqu'à offrir de la chicorée en remplacement du traditionnel mais trop exotique café à la fin du repas.

3.3. Hypothèse 3 : le patrimoine est une ressource dans la construction de l'image médiatique

Nous justifions cette hypothèse en nous appuyant sur la théorie de la construction médiatique. Selon Lochard et Boyer, la communication médiatique est fondée sur l'impératif de captation. Obtenir l'attention du public puis la garder est ainsi l'ambition de tout média. Nous passons en revue ici les trois principes fondateurs de cet impératif : la crédibilité, le spectacle et l'empathie, c'est à dire « *faire sérieux, donner du plaisir et être empathique* » (Lochard, 1998). Au fil de ces trois principes, nous examinons en quoi le patrimoine contribue à favoriser l'attention du public et ce qu'il implique en terme de caractérisation de l'image du chef qui le mobilise.

3.3.1 La crédibilité

Pour garder son audience, le média doit contenir ou présenter une information crédible. En anticipant la suspicion de mensonge, il lui faut amener les preuves pour authentifier la réalité du contenu. (Lochard 1998). Appliqué au monde de la médiatisation de la gastronomie, il nous semble que la crédibilité du chef doit le distinguer de l'amateur, dans la narration qui les oppose (Pagès 2017) et qu'elle doit le situer dans le champ de la gastronomie, en opposition à celui de la cuisine domestique ou industrielle.

On envisage alors ici la mise en avant de marques individuelles de professionnalisme par la mention du parcours professionnel, des éventuelles récompenses : étoiles brodées sur la veste de cuisinier, col de M.O.F... En terme de patrimoine, on considère aussi le recours à un patrimoine gastronomique professionnel, par exemple le port de la tenue de travail alors que le contexte ne l'impose pas, jusqu'à rendre parfois la mise en scène très artificielle. Mais quel est leur secret pour garder des vestes si immaculées au beau milieu du potager ?



Figure 2 : le chef Jimmy Coutel dans son potager
Audrey Emery, Le Point, 29/07/2017

3.3.2 Le spectacle

Dans le champ médiatique, tout relève de la mise en scène. Cette mise en scène vise à produire l'adhésion du public en lui procurant un plaisir de spectateur. Cela passe par la production d'images fortes allant même jusqu'à choquer. La télévision est le média qui est le plus en recherche de contenu spectaculaire. Depuis les années 80, la multiplication des chaînes de télévision a eu pour conséquence une course à la dramatisation (recherche du sensationnel, du scandaleux) et au simulacre, par exemple par la reconstitution ou la scénarisation de la réalité dans les reportages (Lochard 1998).

La cuisine gastronomique est propice à la production d'images spectaculaires : son histoire l'a poussée à développer l'aspect visuel de ses créations. Pour se distinguer de la masse laborieuse et pour faire montre de la prodigalité du maître de maison, on met en scène l'abondance au moyen-âge ; pour prouver son raffinement, la Grande Cuisine cherche dans la disposition des tables la plus grande harmonie ; parce que la gastronomie est un art, on invente des dressages à plusieurs niveaux d'une complexité extraordinaire à l'époque classique⁴⁷. À l'époque contemporaine, l'image « *spectaculaire, choquante, sensationnelle, scandaleuse* » que réclame la communication dans les médias est au rendez-vous de la mise

47 Zancanaro Frédéric, *Histoire sociale de la gastronomie et des vins*, cours de master 1, Isthia, Université Toulouse Jean Jaurès, 2021.

en scène médiatique de la gastronomique. La diffusion de la mort animale, par exemple, que l'on éloigne habituellement de nos consciences (Poulain 2012) n'est pas censurée⁴⁸. La cuisine moléculaire, qui modifie *spectaculairement* l'aspect des aliments semble répondre particulièrement bien à cet impératif. Trop bien peut-être pour Jean-Claude Ribaut qui la qualifie de « *produit d'une hystérie médiatique et d'un chef catalan* »⁴⁹.

Il est possible de rapprocher l'impératif de spectacularité de la contrainte de saillance qui participe à la construction de l'événement médiatique. Pour lui assurer le maximum de visibilité, la scène doit être saillante : elle doit se distinguer des autres scènes en suscitant étonnement ou intérêt chez le spectateur (Lochard, 1998).

Il nous semble possible de recenser des scènes relevant de la mise en scène médiatique de la gastronomie répondant à ces deux contraintes, du spectacle et de la surprise par l'usage du patrimoine. Nous évoquions en introduction de ce travail la scène d'Adrien Cachot utilisant un flambadou en 2020.



Figure 3 Adrien Cachot, Huitres flambées, émission Top Chef 2020,
Capture d'écran M6 par konbini.com⁵⁰

La séquence, issue de l'émission Top Chef, mêle l'aspect spectaculaire par l'usage du feu - elle est d'ailleurs présentée dans le cadre de l'épreuve dite du « show culinaire » - et surprise ou étonnement par la rareté de l'instrument et le caractère unique du geste de son utilisation. L'extrait est repris le lendemain dans les médias en ligne et la recette du plat ainsi produit

48 Preuve que la séquence médiatique marque les esprits, quand en janvier 2022, Madame Tibère fait le choix de nous diffuser en cours un extrait de La Cuisine des Mousquetaires, pendant lequel Maïté tue une anguille pour les besoins de sa recette, certains des étudiants de la promotion, bien trop jeunes pour être nés au moment de sa diffusion en 1992 la connaissaient déjà.

49 Ribaut Jean-Claude, *Paris gourmand*, Critique, 2010/6-7 (n° 757-758), p. 618-628

50 <https://food.konbini.com/chef/pour-flamber-comme-adrien-cachot-dans-top-chef-voici-ou-vous-procurer-un-flambadou/>

figure même dans le livre publié par le jeune chef alors que nous pouvons nous interroger sur son caractère reproductible par le lecteur.

La cuisson en vessie, qui relève d'abord d'une cuisine de l'économie, où l'on utilise la totalité de l'animal et dont on trouve la trace dans *Cuisine et Vins de France*⁵¹ semble correspondre également aux mêmes critères d'un patrimoine rare et spectaculaire. De fait, elle est également un motif régulier dans la médiatisation culinaire : Paul Bocuse la présente en 1976 sur TF1⁵², on la retrouve mise en avant sur la chaîne du magazine Thuriès⁵³, sur le site des frères Pourcel⁵⁴...

Il nous semble que dans cette perspective d'une cuisine « *surprenante* », les chefs jouent sur la rareté et l'originalité du patrimoine auquel ils font appel. Parce que la connaissance de ce patrimoine suppose des recherches, ou du moins une connaissance aiguë du domaine, ces éléments les inscrivent comme des érudits de la chose culinaire ou des dénicheurs partis à la recherche de trouvailles dans le grand réservoir que forme le patrimoine culinaire et alimentaire.

3.3.3. L'empathie

L'impératif d'empathie est lié au besoin qu'a le média de capter rapidement l'attention du spectateur. Dans le but de proposer une image qui lui est immédiatement lisible, il fait appel à l'imaginaire collectif, ensemble composé de représentations fondatrices partagées au sein d'un univers culturel donné et de vécu collectif. Dans la situation de communication médiatique, cet impératif d'empathie se résout en prenant appui sur un contexte commun. Cette résolution se fait cependant au risque du stéréotype, simplification à l'extrême du lien entre ce qui est montré et ce qu'il évoque (Lochard, 1998).

L'image qui fait référence à cet imaginaire collectif s'inscrit donc dans le champ du symbolique, elle représente beaucoup plus que ce qu'elle montre et, si elle fonctionne bien, elle est comprise de tous. Cette dimension, parce qu'elle repose sur un partage d'éléments investis d'une valeur communément admise se conçoit dans une grande proximité du patrimoine culturel immatériel.

51 p343

52 <https://www.youtube.com/watch?v=PN6qOuG-LLk>

53 https://www.youtube.com/watch?v=RxMYpep_UJQ

54 <http://www.pourcel-chefs-blog.com/blog1/2013/03/04/poulet-en-vessie-version-bali/>

Dans la médiatisation de la gastronomie, c'est l'impératif qui semble le plus propice à l'expression de l'identité des chefs. Parce qu'il appartient à cet « *imaginaire collectif* », l'élément patrimonial fonctionne comme un code qui serait facile à déchiffrer. Dans la communication médiatique, il est possible de repérer de nombreux exemples de chefs qui travaillent leur image de cette manière, le plus souvent en recourant à un patrimoine qui n'est pas (qu') alimentaire.

Chez Marc Veyrat, l'élément est si étroitement associé au chef qu'il agit comme un élément de reconnaissance : il fait même figurer le fameux chapeau savoyard dans sa signature.



Figure 4, le chapeau dans le logo de Marc Veyrat⁵⁵

Dans des gestes moins extrêmes que celui de Marc Veyrat, nous pouvons considérer les exemples de Mory Sacko et de Christopher Coutanceau.



Figure 5, Mory Sacko Par Sophie Rouquette

Mory Sacko définit la cuisine qui pratique dans son restaurant MoSuke comme « un voyage culinaire entre l'Afrique, le Japon et la France »⁵⁶ trois inspirations qu'il résume dans son vêtement de travail, télescopage entre des éléments du patrimoine de chaque pays. La veste du cuisinier français se déforme légèrement en adoptant le col du kimono japonais et s'orne d'une bordure de wax, tissu du pagne traditionnel africain.

55 marcveyrat.fr

56 <https://mosuke-restaurant.com/>



Figure 6, Christopher Coutanceau⁵⁷

Natif de La Rochelle où son restaurant éponyme est installé au bord de la plage, Christopher Coutanceau s'annonce comme un « cuisinier pêcheur », « *fervent défenseur de la pêche durable et de la cuisine anti-gaspillage.* »⁵⁸. Alors qu'on ne voit pas comment la mise en scène pourrait tirer davantage partie de l'imaginaire lié à l'océan, il y apparaît dans une incarnation de la cuisine qu'il annonce : le cuisinier au plus près des éléments.

57 <https://www.lesechos.fr/weekend/gastronomie-vins/a-la-rochelle-christopher-coutanceau-cuisinier-pecheur-responsable-1213574>

58 <https://www.coutanceaularochelle.com/fr/page/le-chef.7761.html>

Partie 3 : Méthodologie

1. Le terrain

Avant toute autre considération liées aux méthodes d'enquête, nous déterminons dans un premier temps le terrain de cette étude en terme humain et géographique.

1.1. La population enquêtée :

En préparant le travail de méthodologie, nous avons listé deux caractères qui devaient être présents chez nos enquêtés pour pouvoir vérifier nos hypothèses :

- Les enquêtés doivent être des chefs pratiquant une cuisine gastronomique
- Les enquêtés doivent être sensibles à la crise environnementale

Pour réunir ces deux critères nous avons décidé de nous en remettre au Guide Michelin. Ce classement présente en effet pour nous les avantages que nous recherchons dans la constitution de la population de notre enquête : les récompenses du guide Michelin confirment en effet la pratique par les chefs d'une cuisine gastronomique (référence). Enfin, depuis 2020, le guide Michelin décerne des « étoiles vertes » qui couronnent parmi les établissements ayant déjà au moins une récompense Michelin (assiette, Bib Gourmand, étoiles) ceux qui adoptent des pratiques visant à limiter l'impact environnemental de leur activité. Tout en regrettant que les critères qui déterminent la remise de cette étoile verte ne soient pas rendus publics, nous considérons donc pour population les chefs figurant dans le Michelin qui ont également reçu une étoile verte.

L'étoile verte présente un avantage supplémentaire dans le cadre de notre travail : ayant été créée récemment, tous les chefs qui en sont récompensés l'ont reçue dans les deux dernières années. Nous supposons également qu'ils ont communiqué à ce sujet et nous imaginons que cela va favoriser nos possibilités de constituer un corpus complet et récent pour notre hypothèse 3 autour de l'image médiatique.

1.2. Les limites géographiques :

Parmi les 87 détenteurs d'étoiles vertes en France en 2022, nous avons réduit notre population à un groupe de 13 chefs. Pour cela, nous avons limité la zone sur laquelle porte notre étude à deux régions déterminées selon des contraintes personnelles : l'Occitanie où nous habitons, et la région Centre où nous partons pour trois mois de stage cet été. En 2022, nous comptons 9 étoiles vertes en Occitanie et 4 en région Centre.

1.3. Les chefs :

Au terme de cet exercice de délimitation du terrain d'enquête, voilà donc les chefs qui forment le groupe auprès duquel nous allons enquêter :

Pour l'Occitanie :⁵⁹

- Christopher Roussat, La Table de Nazère (32)
- Maxime Deschamps et Stéphane Mazières, Domaine de Baulieu (32)
- Luke MacLeod, Sandikala (65)
- Claude-Emmanuel Robin, L'allée des vignes, Cajarc (46)
- Julien Montassié, Domaine Riberach – La Coopérative (66)
- Amélie Darvas, Äponem – Auberge du Presbytère (34)
- Cyril Attrazic, Cyril Attrazic (48)
- Laurent Cherchi, Reflet d'Obione (34)
- Sébastien Rath, Le Riche (30)

Pour la région Centre :

- Vincent Simon, Vincent cuisinier de campagne (37)
- Anthony Maubert, Assa (41)
- Christophe Hay, La Maison d'à Côté (41)
- Guillaume Foucault, Pertica (41)

59 Nous respectons l'ordre avec lequel ils apparaissent sur le site du guide.

2. Les méthodes utilisées

2.1. L'entretien

Pour mener cette enquête, nous faisons appel à plusieurs méthodes : la première d'entre elles, l'entretien ethnographique, nous a été enseignée par Mme Rochedy⁶⁰, ce sont ici des éléments de son cours qui nous permettent d'en poser les principes.

L'entretien semi-directif vise à la production d'un discours de la part de l'enquêté. L'enquêteur oriente la discussion à l'aide de questions ouvertes pour laisser une grande liberté d'expression à l'enquêté. Il est aidé en cela par un guide d'entretien qui lui permet de vérifier que l'intégralité des thèmes de l'enquête est bien abordée au cours de l'échange.

Pour garantir les meilleures conditions possibles, l'enquêté doit être mis en confiance par l'enquêteur. Cette confiance commence à s'établir dès le premier contact, téléphonique ou par courriel. Avant d'obtenir l'accord de son enquêté, le chercheur doit prévenir son interlocuteur que la discussion sera enregistrée et qu'il peut demander à ce que ses propos soit anonymisés. Des indications qui sont répétées au tout début de l'entretien.

Il n'est pas conseillé d'être trop précis quant au sujet de l'entretien au moment de la démarche préalable à la discussion : cela peut entraîner chez l'enquêté la production d'un discours moins spontané. Pour cette raison, nous évoquons auprès des chefs que nous sollicitons « un travail universitaire sur les étoiles vertes du Michelin ». En cas de questions supplémentaires, nous prévoyons de « préciser vaguement » : « *je compte vous interroger sur votre métier et sur votre menu* ». Dans le cas où le menu n'est pas publié sur internet, c'est aussi le moment de le demander, ce qui peut avoir l'avantage de rassurer sur le sérieux de notre démarche.

Le temps des chefs est compté, surtout pendant la période estivale : nous annonçons un rendez-vous d'une durée d'une heure et les laissons proposer les créneaux qui leur conviennent le mieux.

Après le premier contact et la prise de rendez-vous, l'entretien est mené avec l'appui d'un guide d'entretien comprenant des questions et des relances. Le guide d'entretien se construit en fonction des thématiques soulevées par la problématique et les hypothèses. Pour

⁶⁰ Rochedy, Amandine, L'entretien ethnographique et l'observation, cours de M1, Isthia, Université Toulouse Jean Jaurès, 2021.

cette raison, nous le présentons ici après l'examen de la méthodologie attachée à chacune des hypothèses.

2.2 L'étude des menus

Frédéric Zancanaro fonde la méthodologie de son travail consacré à la création culinaire sur l'étude des menus des restaurants des chefs qui forment la population de son étude. Après un historique de ses prédecesseurs à s'être penchés sur la même matière, il précise que son travail est le premier à considérer le texte du menu comme outil de l'analyse de la production culinaire.

Ce travail s'inscrit dans la méthodologie de l'analyse de contenu. Tel qu'il est synthétisé par Russel A. Jones (Jones 2000), il consiste dans un premier temps à l'identification de catégories dans lesquelles les informations récoltées vont être organisées par le chercheur. Dans un second temps la vérification de la fiabilité de l'étude consiste à demander à d'autres personnes qui ne sont pas informées du sujet du travail de recherche de procéder à leur tour à la répartition des informations selon les catégories. Enfin, il s'agit de procéder à un échantillonnage représentatif pour obtenir une quantité de documents assez réduite pour être étudiée parmi l'ensemble de documents à disposition. Ainsi, nous établirons à partir d'un corpus test les catégories de patrimoines repérables dans les menus. Notre échantillonnage sera aléatoirement composé par les menus des restaurants à la période de l'étude, c'est à dire l'été 2022 .

3. La méthodologie

Nous abordons dans cette sous-partie le détail de la méthodologie qui nous permettra de valider ou d'invalider nos hypothèses.

3.1 Hypothèse n°1

Notre première hypothèse suppose que **le patrimoine est un appui à la créativité des chefs**.

L'objectif de notre enquête est donc de vérifier une corrélation entre la créativité et usage du patrimoine.

Méthode d'enquête :

- Analyse de documents
- Entretien

3.1.1. Analyse de documents :

Nous devons ici déterminer la source de la créativité des chefs et questionner son appartenance au champ du patrimoine alimentaire.

3.1.1.1 Constitution du corpus

Le corpus est composé des menus proposés par chaque chef pour l'été 2022. Dans le cas où il n'est pas publié sur le site internet du restaurant, ce qui est de plus en plus fréquent, notamment chez les étoiles vertes (pour des raisons que nous serons amené à détailler, la plupart du temps la carte n'est pas fixe, en lien avec l'usage de produits à courte saisonnalité ou produits dans des petites quantités) nous prévoyons de faire la demande de la carte du jour à l'approche de l'entretien. Dans le cas possible également où la carte n'est pas rédigée, simplement annoncée aux clients par le personnel de salle, nous préparerons l'entretien en partant à la recherche d'exemples de plats sur internet (notamment sur les comptes Instagram des restaurants). Ces plats là, serviront uniquement de document de travail, utilisés pour bâtir l'entretien et ne feront pas partie du corpus. Nous demanderons simplement le menu du jour au chef le jour de l'entretien. C'est ce menu-là qui viendra alimenter le corpus.

3.1.1.2. L'étude du corpus

Frédéric Zancanaro précise que son travail est le premier à considérer le texte du menu comme outil d'analyse de la créativité, à déconstruire le processus de conception de l'œuvre littéraire. Ainsi, pour définir les profils culinaires de chacun des chefs, il met au point une véritable grille d'analyse de leurs menus (Zancanaro 2019).

Notre travail se positionne dans une perspective plus étroite, dans laquelle la créativité du chef n'est interrogée qu'à la lumière de son inspiration patrimoniale. Nous analyserons donc ici les éléments qui font directement mention de produits du patrimoine parce que leur ancrage dans l'espace ou le temps est précisé. Pour reprendre les termes d'une méthodologie d'analyse littéraire que nous devons avouer maîtriser mieux que celle de la recherche en sciences sociales, nous identifierons dans les menus des marques d'*intertextualité*, terme utilisé pour décrire le phénomène de mise en relation de deux textes. D'un côté, l'élément patrimonial suppose nécessairement un discours, de l'autre, le menu en est un en lui-même. C'est par le lien du menu au patrimoine que nous reconnaîtrons son inspiration.

3.1.2. Entretien

Dans la vérification de cette hypothèse, l'entretien vise à collecter des informations au sujet du processus de création du chef. Les questions envisagées sont présentées dans le guide d'entretien dans la partie « *4. La grille d'entretien* » de ce chapitre.

3.2. Hypothèse n°2

Notre seconde hypothèse suppose **que le patrimoine est pour les chefs une valeur refuge en temps de crise.**

L'objectif de notre recherche est donc de vérifier ici que les chefs sensibles à la crise environnementale utilisent les éléments du patrimoine alimentaire correspondant à une valeur « refuge ».

Méthode d'enquête :

- L'analyse de documents
- L'entretien

3.2.1. Analyse de documents :

Nous devons déterminer à travers l'analyse des menus la présence d'éléments patrimoniaux dans la cuisine des chefs récipiendaires d'une étoile verte.

3.2.1.1. Constitution du corpus

Nous utilisons le même corpus que celui qui est utilisé pour vérifier l'hypothèse 1.

3.2.1.2. L'étude du corpus

Nous avons vu que la « valeur refuge » du patrimoine s'explique par la dimension « compensatoire » de la démarche de patrimonialisation. Le patrimoine vers lequel on se tourne en temps de crise est celui qui incarne les valeurs que la crise amène à disparaître. Nous faisons l'hypothèse que les chefs récompensés d'une étoile verte sont particulièrement sensibles à la crise environnementale et ont donc recours à ce patrimoine.

Dans le cas de cette hypothèse qui situe le recours au patrimoine comme une réaction à la crise environnementale, nous recherchons parmi les éléments du patrimoine des éléments chargés d'un lien avec la nature ou avec une production agricole traditionnelle. Nous recherchons dans chaque menu des indications sur les origines géographiques des produits et sur le lien historique de leur production sur le territoire. Concernant l'indication de recettes, nous relevons celles qui renvoient à une cuisine populaire traditionnelle. Au niveau des techniques, nous anticipons le travail de techniques qui n'ont pas recours au matériel technologique moderne : la cuisson au contact direct du feu par exemple.

3.2.2. Entretien

Lors de l'entretien, une partie des questions seront orientées de manière à déterminer l'engagement environnemental du chef dans sa pratique professionnelle. Les questions concernant ce sujet figurent dans le guide d'entretien dans la partie « *4. La grille d'entretien* » de ce chapitre.

3.3. Hypothèse n°3

Notre troisième hypothèse suppose que **le patrimoine est une ressource dans la construction de l'image médiatique du chef.**

L'objectif de notre recherche est donc de vérifier que les chefs associent des éléments du patrimoine à la médiatisation de leur image.

Méthode d'enquête :

- L'analyse de documents

- L'entretien
- Le questionnaire

3.3.1. Analyse de documents :

Nous nous plaçons ici du côté de la construction de l'image et non pas de l'image telle qu'elle apparaît dans les médias : nous questionnons l'intention du chef à travers ses productions médiatiques. Plus que sa représentation effective, nous cherchons à comprendre son idéal de représentation.

Cette intention est bien sûr nuancée par le fait que le chef n'est pas forcément en charge de sa propre communication et qu'elle est parfois gérée par d'autres professionnels. En interne à l'établissement, ou en externe, dans des agences de communication. Même si nous imaginons qu'il valide les documents produits et les représentations de lui que donnent ces documents, nous devons interroger la part de maîtrise qu'il en a.

Nous pouvons le déterminer à travers deux types de supports médiatiques :

- les documents produits à destination de la presse : dossiers de presse et communiqués de presse.
- les documents produits à destination directe du public : site, réseaux sociaux.

3.3.1.1. Constitution du corpus :

- Les documents presse sont des documents de travail, qui ne sont pas publics. Nous devons donc en faire la demande aux établissements et s'attendre à être redirigé vers une agence.
- La communication en direction du public est immédiatement accessible. Pour limiter le corpus, en ce qui concerne l'examen du site internet, nous proposons d'examiner la page d'accueil du site ainsi que – si elle existe - la page consacrée au chef. En ce qui concerne les réseaux sociaux, il est plus difficile de fixer une limite, dans un chiffre qui pourra s'adapter, nous envisageons de considérer les 3 dernières publications.

3.3.1.2. Étude du corpus :

- Nous pourrons établir les profils du chef en fonction de la proximité qu'il entretient avec le travail de son image médiatique dans le tableau suivant :

NOM DU CHEF	Relations presses	Site internet	Réseaux sociaux
Sans objet			
Géré en agence			
Géré en interne			

- Nous pourrons ensuite étudier la présence d'éléments du patrimoine associés à l'image du chef dans le corpus.

Nous avons vu dans le chapitre précédent que le patrimoine qui est mobilisé dans la communication médiatique ne se limite pas au patrimoine alimentaire. La première étape sera donc la qualification de ce patrimoine. Il s'agira ensuite de déterminer s'il appartient à l'un des impératifs identifiés par Guy Lochard et que nous avons repris : la crédibilité, le spectacle ou l'empathie.

Nous obtiendrons alors le tableau suivant :

Type de document	Présence d'élément de patrimoine : oui/non	Type de patrimoine	Réponse à un impératif de captation :			
			Non	Crédibilité	Spectacle	Empathie

3.3.2. Entretien

Lors de l'entretien, une partie des questions seront orientées de manière à déterminer le regard du chef sur son image publique ainsi que son implication dans une éventuelle stratégie médiatique. Les questions afférentes figurent dans le guide d'entretien dans la partie « *4. La grille d'entretien* » de ce chapitre.

4. La grille d'entretien

La grille d'entretien ci-dessous est une ébauche, elle doit être complétée par des questions et relances plus précises après étude des menus.

Ouverture : « Merci de m'accorder cet entretien, je vous rappelle qu'il est enregistré et que je vous garantis l'anonymat de vos propos si vous le souhaitez. Je vous assure également que son utilisation se fera uniquement dans le cadre universitaire.

Comme je vous le disais, je travaille sur le sujet des chefs qui ont obtenu une étoile verte.
Plus précisément, je m'intéresse à leur rapport au patrimoine.

Si ça vous convient, on va débuter : »

Thématiques	Questions	Relances
Présentation générale	- Est-ce que vous pouvez vous présenter ?	- Âge -« poste » -Né et grandi ici ? Né très loin ? - parents en cuisine ?
Créativité	- Est-ce que vous pouvez me raconter votre parcours professionnel ? Comment vous êtes arrivé en cuisine ? - Est-ce que vous pouvez m'expliquer quel est le parcours d'un plat avant d'arriver à la carte ? - Vous avez identifié comment vous viennent les idées ? L'inspiration ? Par exemple pour le plat (exemple de plat du menu) - ça représente quoi la création de plats pour vous en tant que cuisinier ? - est-ce qu'il y a des limites à la création ?	- des modèles ? - des personnages marquant ? - seul/ avec qui ? - validation ? - qui donne le nom ? - combien de temps pour mettre au point un plat ? -
Environnement	- Est-ce que vous pouvez me parler de l'étoile verte ? Comment ça s'est passé ? - c'est vous qui avez mis ces démarches en place ici ? - dans votre cuisine, elle a quelle place la protection de l'environnement ? - Vous diriez que la crise climatique a quel effet sur vous ?	- quelles démarches ? - connaissait déjà ? Travaillait pour l'avoir ? -depuis longtemps - démarches pour un autre label ? - une limite ? - des enfants ? (si c'est trop personnel, vous m'arrêtez)
Communication	- Est-ce que l'étoile verte a changé beaucoup de choses pour vous ? - habituellement qui s'occupe de la communication ici ?	-retombées médiatiques et commerciales ?

Conclusion générale

Ce travail est le préalable à une étude de terrain qui seule pourra attester des liens que nous envisageons entre patrimoine, identité et image. Dès maintenant nous pouvons cependant constater l'étroite association qui s'établit entre eux, notamment entre le patrimoine alimentaire et l'identité du chef.

La période présente est sans doute très favorable à l'étude de ce phénomène. D'une part parce qu'elle est celle de l'accès du patrimoine alimentaire à une reconnaissance à l'échelle universelle. D'autre part, et ce n'est pas sans lien, parce que le patrimoine n'est jamais plus sollicité qu'en temps de crise. Celle que le changement climatique annonce ne fait pas exception.

Enfin, parce qu'en nous replaçant dans une perspective de l'histoire de la gastronomie, le patrimoine est une influence nouvelle et dont le renouvellement ne connaît pas de limite. L'enthousiasme de la découverte de ce terrain d'exploration ne semble pas être retombé chez les chefs depuis les balbutiements de la Nouvelle Cuisine. Dans ce cadre, le choix d'un terrain tel que celui des chefs ayant reçu une étoile verte nous semble particulièrement prometteur.

C'est ainsi avec une impatience certaine que nous envisageons l'enquête de terrain.

Les difficultés rencontrées pendant ce travail ont été principalement d'ordre organisationnel et dues à la méconnaissance de ce champs de recherche. Nous regrettons particulièrement de ne pas avoir mieux tiré parti de l'accompagnement proposé par notre maître de mémoire et de n'avoir pas eu l'occasion de préciser notre méthodologie en la confrontant au réel d'une étude test.

Il nous semble que les pistes de poursuite de cette recherche sont nombreuses. Parmi les possibilités qui s'offrent à nous, nous aimerions aborder en priorité l'année prochaine une réflexion qui nous a échappé jusqu'à la conclusion de ce travail, celle de la dimension patrimoniale du chef. En d'autres termes : le chef de cuisine est-il un élément du patrimoine alimentaire ?

Bibliographie

Albert Eric et al. *Pourquoi j'irais travailler : A l'usage de ceux qui ont de la peine à se lever le matin* (2003), 2e édition. Editions D'organisation 2006, 224 p.

Bajoit, Guy, « Grand résumé de *Socio-analyse des raisons d'agir. Études sur la liberté du sujet et de l'acteur*, Québec, Presses de l'Université Laval, 2010 », *SociologieS* [En ligne], Grands résumés, mis en ligne le 20 décembre 2010

Baudry Robinson, Juchs Jean-Philippe, « Définir l'identité », *Hypothèses*, 2007/1 (10), p. 155-167

Badulescu Cristina, Moutat Audrey. Stratégies discursives et enjeux de la gastronomie de terroir : chef terroir et chef auteur, rupture ou continuité ?. *MEI - Médiation et information*, L'Harmattan, 2020

Bourelly Martine, « Cheffe de cuisine : le coût de la transgression », *Cahiers du Genre*, 2010/1 (n° 48), p. 127-148

Castra Michel, « Identité », in Paugam Serge (dir.), *Les 100 mots de la sociologie*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que Sais-Je ? », 2012, pp. 72-73.

Bessière Jacinthe, « Valorisation du patrimoine gastronomique et dynamiques de développement territorial. Le haut plateau de l'Aubrac, le pays de Roquefort et le Périgord noir », *Ruralia* [En ligne], 06 | 2000, mis en ligne le 25 janvier 2005

Bessière, Jacinthe, Poulain Jean-Pierre (dir.), Patrimoine alimentaire, patrimonialisation. *Dictionnaire Des cultures Alimentaires*. Paris : Presses Universitaires De France, 2012, 1468 p.

Bienassis, Loïc, Quelle carte pour quel territoire ? Impossible et nécessaires : les inventaires du patrimoine alimentaire, *Food & History*, vol. 9, n°2 (2011), pp 127-152

Cardon, Philippe et al. *Sociologie de l'alimentation*. Paris, Armand Colin, « U », 2019,

Csergo, Julia. Penser le(s) patrimoin(e)s gastronomique(s) : à propos de quelques obstacles à l'appréhension d'un protéiforme au cœur d'un incertain. *In Situ. Revue des patrimoines*, n° 41 (11 décembre 2019).

Cebrian, Elisa, al. *La médiatisation de la cuisine à la télévision*, Projet tutoré L3, Toulouse : Isthia Université Toulouse Jean-Jaurès, 2016

Derèze Gérard, *De la culture populaire au patrimoine immatériel*, Hermès, La Revue, 2005/2 (n° 42), p. 47-53

Dubar Claude, *La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles*. Armand Colin, « U », 2015

Dubar, Claude et al. *Sociologie des professions* Armand Colin, 2015, p 13

Lochard et al. *La communication médiatique*, Seuil, 1998

Martin, Sarah. L'impact environnemental de l'alimentation, *L'alimentation à découvert*, CNRS Éditions, 2015

Mériot, Sylvie-Anne. *Le cuisinier nostalgique : Entre restaurant et cantine*. Paris : CNRS Éditions, 2002

Mucchielli Alex, « Les fondements de l'identité psychosociologique », *L'identité*. Paris, Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2013, p. 39-77

Pagès, Dominique. Figures du Chef Cuisinier Première partie : de la créativité culturelle à l'engagement sociétal et public, *Quaderni. Communication, technologies, pouvoir* (5 octobre 2017) , n° 94, p.75-90.

Poulain et al., Tourisme et alimentation. *Dictionnaire Des cultures Alimentaires*. Paris : Presses Universitaires De France, 2012, 1468 p.

Poulain, Jean-Pierre, Nouvelle Cuisine, *Dictionnaire Des cultures Alimentaires*. Paris : Presses Universitaires De France, 2012, 1468 p.

Poulain, Jean-Pierre, Gastronomisation, *Dictionnaire Des cultures Alimentaires*. Paris : Presses Universitaires De France, 2012, 1468 p.

Poulain, Jean Pierre. Les patrimoines gastronomiques et leur valorisation touristique. *14 Congrès Mondial de sociologie, Comité de recherche n° 50 : Sociologie du Tourisme Session : "Patrimoine histoire et mémoire"*, 1998

Poulot Dominique, *Une histoire du patrimoine en Occident, XVIIIe-XXIe siècle. Du monument aux valeurs*. Presses Universitaires de France, « Le Noeud Gordien », 2006

Riutort Philippe, *Premières leçons de sociologie*. Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, « Major », 2013, p. 63-7

Toussaint-Samat Maguelonne, *Histoire naturelle et morale de la Nourriture*, Bordas, 1987

Toussaint-Samat Maguelonne, *Grande et petite histoire des cuisiniers de l'antiquité à nos jours*, Robert Laffont, 1989

UNESCO. Le repas gastronomique des français, 2010. Disponible sur
<https://ich.unesco.org/fr/RL/le-repas-gastronomique-des-franais-00437> (consulté en février 2022)

Jean Vitaux, La gastronomie, Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2007

Zancanaro, Frédéric, *La créativité culinaire : les trois étoiles du guide Michelin*, Presses Universitaires François-Rabelais de Tours, 2019

*La place du patrimoine dans l'identité des chefs
Pour une étude des étoiles vertes du Guide Michelin*

Résumé

L'étude de la place du patrimoine dans l'identité des chefs conduit à replacer l'émergence de la notion de patrimoine alimentaire en France depuis la naissance des premières politiques de gestion du patrimoine collectif jusqu'à la reconnaissance en 2010 du Repas Gastronomique des Français comme Patrimoine Culturel Immatériel. Dans le champ de la cuisine gastronomique, la Nouvelle Cuisine marque un tournant dans le regard porté par les chefs sur ce patrimoine. Les acteurs du secteur sont en effet des figures majeures de sa valorisation. Dans ce travail préalable à une étude de terrain, nous nous interrogeons sur la place que prend ce patrimoine dans l'identité des chefs à l'époque contemporaine. Nous questionnons les rapports entre patrimoine et créativité, nous interrogeons la valeur refuge que représente ce patrimoine à l'aube de la crise environnementale, nous l'envisageons enfin comme un recours dans la construction de l'image médiatique du chef. Pour mener cette étude, nous choisissons de nous intéresser aux chefs récompensés par les étoiles vertes du guide Michelin. Parmi les professionnels déjà remarqués par le guide, elles sont attribuées à ceux dont les pratiques professionnelles prouvent l'engagement vers une gastronomie dite durable. Nous conduirons cette étude auprès des chefs d'Occitanie et de la région Centre.

Mots-clés : gastronomie, patrimoine, patrimoine alimentaire, identité, image, valorisation du patrimoine, chef

*Place of heritage in chefs identity
For a study of Michelin guide green stars*

Abstract

Studying heritage tends us to put in perspective the rise of food heritage concept in France since the birth of first cultural heritage management policies until recognition in 2010 of the gastronomic french meal as an intangible cultural heritage. In gastronomy field, Nouvelle cuisine marks a turning point in the gaze of how chefs treat this heritage. They are ones of the main actors of its valuation. Prior to the field study, we ask ourselves what place heritage actually have in the chefs identities. We'll put light on the link between heritage and creativity, we'll question safe haven that heritage represent at the outset of the climate crisis, we take this into account as action for the building of a chef newsworthy image. To conduct this study, we choose to focus on green stars awarded chefs by Guide Michelin. Among professionals already awarded by the guide, they're given to chefs that deeply engage in sustainable development, which tend to prove the work of gastronomy as a more green industry. This study will be later conducted with Occitanie and Région-centre chefs.

Key words : gastronomy, heritage, food heritage, identity, image, heritage valuation, chef