



MASTER TOURISME

Parcours « Management en Hôtellerie-Restauration »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

L'intérêt du Guide Michelin pour les chefs gastronomiques français

Présenté par :

Analie Cuquel

Année universitaire : **2021– 2022**

Sous la direction de : **Frédéric ZANCANARO**



MASTER TOURISME

Parcours « Management en Hôtellerie-Restauration »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

L'intérêt du *Guide Michelin* pour les chefs gastronomiques français

Présenté par :

Analie Cuquel

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).

REMERCIEMENTS

Tout d'abord, il me tient à cœur de remercier mon maître de mémoire Monsieur Zancanaro Frédéric. Merci pour votre aide précieuse, pour ces échanges constructifs, et pour votre bienveillance. Vos précieux conseils ont été un immense appui tout au long de mon travail de recherche.

Je souhaite également remercier l'ensemble de l'équipe pédagogique de l'ISTHIA, pour leur implication et conseils apportés lors de cette année universitaire.

J'aimerais ensuite témoigner toute mon affection aux professionnels interrogés lors de la construction de ce mémoire sur le Guide Michelin. Chefs, si un jour vous veniez tous trois à lire ces quelques lignes, la gratitude et le respect que je vous porte, sont des éléments incommensurables. Au-delà de remerciements portés à l'égard du temps que vous m'avez accordé, il est de rigueur, de vous remercier pour toutes ces leçons enseignées, et pour nos multiples partages autour d'une passion commune.

Enfin, je désire plus que tout, remercier ceux qui m'entourent à chaque instant. Pour mes camarades de classe, sans qui cette année universitaire, n'aurait probablement jamais été la même. Pour ma famille, sachez que je puise ma force de l'amour que vous me portez.

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE.....	7
PARTIE 1. ÉTAT DE L'ART	10
CHAPITRE 1. L'ART CULINAIRE ET LA GASTRONOMIE	12
1. <i>Notion d'art</i>	12
2. <i>La gastronomie</i>	15
CHAPITRE 2. LE GUIDE MICHELIN.....	21
1. <i>L'histoire du Guide Michelin</i>	21
2. <i>Le fonctionnement et l'évolution du Guide Michelin</i>	27
CHAPITRE 3. L'UNIVERS CONCURRENTIEL.....	32
1. <i>Le Gault & Millau</i>	32
2. <i>La critique profane</i>	35
PARTIE 2. LA PORTEE D'UN GUIDE TEL QUE LE MICHELIN	41
CHAPITRE 4. LE GUIDE MICHELIN AU-DELA DE LA NOTORIETE QU'IL CONFERE, APPORTE UNE LEGITIMITE AUX CHEFS.	44
1. <i>Qu'est-ce que la notoriété ?</i>	44
2. <i>Et qu'est-ce que la légitimité ?</i>	47
CHAPITRE 5. LE GUIDE MICHELIN DONNE UN SENS À LA PRATIQUE	53
1. <i>Entre encouragements et sanctions</i>	53
2. <i>Identification et valorisation</i>	56
CHAPITRE 6. LE GUIDE MICHELIN EST ASSOCIE A LA GASTRONOMIE FRANÇAISE	59
1. <i>Historiquement liés</i>	59
2. <i>Une ouverture à l'internationale</i>	62
PARTIE 3. METHODOLOGIE ET TERRAIN D'APPLICATION	67
CHAPITRE 7. METHODOLOGIE DE LA PREMIERE ANNEE DE MASTER	69
1. <i>Méthodologie adoptée</i>	69
2. <i>Méthodologie « terrain »</i>	71
CHAPITRE 8. TERRAIN D'APPLICATION.....	75
1. <i>Rappel des objectifs des hypothèses</i>	75
2. <i>Notre terrain de recherche</i>	76
CHAPITRE 9. METHODOLOGIE ENVISAGEE ET PERSPECTIVES.....	78
1. <i>Méthodologie</i>	78
2. <i>La méthodologie de travail envisagée en master deuxième année</i>	82
3. <i>Stage envisagé en master deuxième année</i>	83
CONCLUSION GENERALE	84
BIBLIOGRAPHIE	86
TABLE DES ANNEXES.....	89
INDEX DES FIGURES	147
INDEX DES TABLEAUX	148
TABLE DES MATIERES	149
RÉSUMÉ	152

INTRODUCTION GENERALE

Tantôt décrit comme une véritable bible de la gastronomie, tantôt décrit comme une véritable « *descente aux enfers* », que se cache-t-il réellement derrière le célèbre *Guide Rouge* ? Il y a encore peu de temps, l'expertise du *Guide Michelin*, jamais remise en cause, régnait en maître sur le monde de la gastronomie. Toutefois, en est-il toujours de même à l'heure actuelle ? Ou bien, à l'ère de la transparence sur cet univers, le *Guide Michelin* aurait-il besoin de faire peau neuve ?

Le *Guide Michelin*, c'est avant tout, ses étoiles. Si ces distinctions en font rêver plus d'un, elles sont aussi les cauchemars de bien d'autres. À plusieurs reprises, nous constatons de manière assez paradoxale, que la célèbre critique, est à son tour critiquée : elle est en quelque sorte, « *l'arroseur arrosé* », prise à son propre jeu par les membres d'une profession en ébullition.

Blâmé, jugé et montré du doigt. Mais aussi, admiré, adulé et apprécié. Ces points de vue divergents ont soulevé de nombreux questionnements au sein de la profession ; voici ce qui nous pousse aujourd'hui à nous-mêmes, nous interroger sur le titan de la gastronomie. Ainsi, notre question de départ est « **Est-ce que la présence dans un guide, est toujours une utilité pour les restaurateurs ?** ».

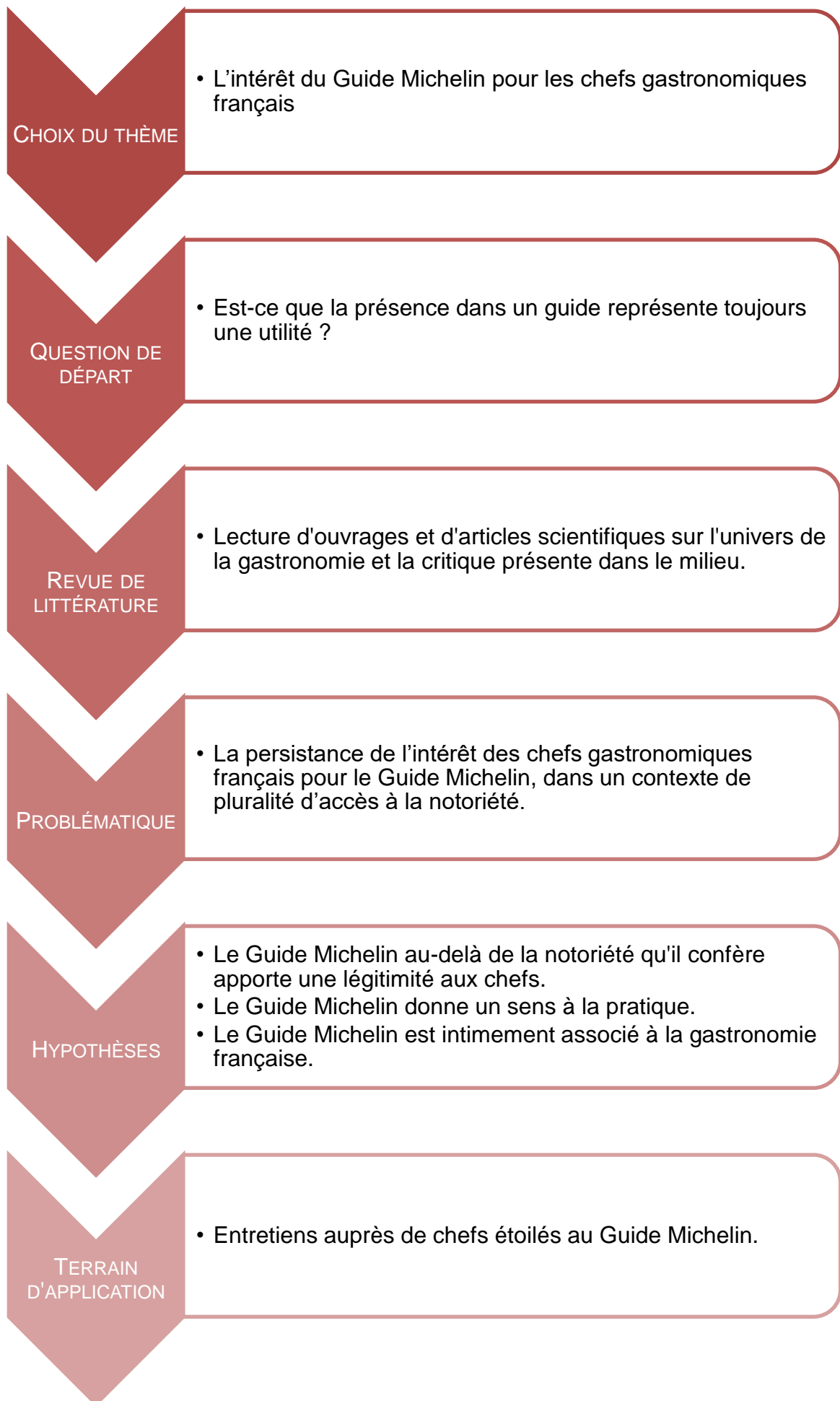
Afin d'étayer cette première ébauche de notre travail de recherche, nous avons nourri nos questionnements de lectures, d'articles scientifiques et d'ouvrages. Nous avons parfois même analysé le comportement de chefs, lors de reportages, afin d'identifier et de comprendre les (multiples) ressentis à l'égard de la critique gastronomique. Cette phase d'exploration, que nous organiserons lors de notre première partie, nous a ainsi permis de soulever la problématique suivante :

La persistance de l'intérêt des chefs gastronomiques français pour le Guide Michelin, dans un contexte de pluralité d'accès à la notoriété.

Dans la deuxième partie de ce mémoire, nous traiterons des hypothèses issues des approches théoriques réalisées précédemment. Nous les avons fait naître de par nos lectures, mais aussi de par nos échanges réalisés avec les professionnels lors de nos entretiens exploratoires. Nos hypothèses porteront notamment sur des variables telles que la légitimité, la production de sens et la notoriété. Nous espérons, que ces notions nous permettront, à la fin de ce mémoire de saisir toute l'ampleur du célèbre *Guide Rouge*.

Enfin, lors de notre troisième et dernière partie, nous mettrons en lumière la méthodologie employée tout au long de notre première année de master. Ce sera également l'occasion de présenter notre terrain d'application pour l'année écoulée, ainsi que les perspectives de notre travail sur l'année à venir.

Figure 1 - Démarche de la recherche



PARTIE 1. ÉTAT DE L'ART

INTRODUCTION DE LA PREMIERE PARTIE

Dans le but d'appréhender au mieux la compréhension de mon travail de recherche, il me semblait essentiel de caractériser les notions clé que peuvent soulever, de près ou de loin, ma question de départ. Lors de la construction de cette première partie, nous ferons appel à de nombreuses références bibliographiques ; celles qui nous auront permis de nourrir, décrire, mais aussi comprendre et expliquer notre questionnement.

Tout d'abord, nous fonderons un état de l'art concernant le monde du culinaire. Cette première construction nous permettra de mettre en lumière la place détenue par la gastronomie, dans une société révolue, mais aussi, actuelle.

Ensuite, nous avons fait le choix de nous intéresser au cœur de notre travail de recherche : le célèbre *Guide Michelin*. Ici, nous avons pour volonté, de présenter l'institution dans son ensemble afin qu'elle ne possède plus aucun secret pour nous.

Enfin, nous mettrons en exergue les multiples « *concurrents* » apparus depuis la création des systèmes d'évaluation. Il nous semblait intéressant, et nous dirions même pertinent, d'analyser le marché de la critique gastronomique, que celle-ci soit experte, ou bien profane.

CHAPITRE 1. L'ART CULINAIRE ET LA GASTRONOMIE

Chacun d'entre nous aurait tendance à caractériser la cuisine comme étant une forme d'art ; pourtant, cela n'a pas toujours été le cas. Au cours de ces dernières années, nombreux sont ceux qui tenteront de définir la place du culinaire dans notre société, mais également le terme de « *gastronomie* ». Nous débuterons donc par le processus d'artification du culinaire, puis nous voguerons entre définition et histoire de la gastronomie.

1. Notion d'art

L'art est un immense domaine dans lequel sont identifiées de nombreuses composantes. On tend aujourd'hui à définir de nouveaux arts dans une classification qui autrefois était déterminée. Qu'est-ce qu'un art ? Pourquoi le culinaire était-il absent de la classification ? Et comment le processus d'artification culinaire a-t-il été amené pour définir une nouvelle forme d'art ? C'est ce que nous tenterons de comprendre ici.

1.1 Arts légitimes

La notion d'art apparaît lors du XVIII^{ème} siècle dans un contexte où l'on imagine que les seuls arts pouvant être légitimes, sont ceux qui appartiennent aux sciences de l'esprit. Afin de légitimer ces formes d'arts, nous assistons à la mise en place d'un système de classification ; ainsi sont représentées la peinture, la sculpture, l'architecture, la musique et la poésie. Ce sont des arts qui suscitent l'utilisation de la vue ou de l'ouïe, et rarement des autres sens. (Zancanaro, 2019, p. 58). Il faudra attendre plusieurs décennies avant d'accepter qu'un art puisse dépendre d'autres sens tel que celui du goût.

1.2 Entraves à la classification de l'art culinaire

Comme nous avons pu l'observer précédemment, lors de la création de cette classification, la notion du culinaire n'avait pas été intégré comme étant un art « *légitime* ». Pourquoi la société a-t-elle exclu tout entendement à ce que la cuisine soit représenté comme « *art* » ?

Selon Carême, il existe deux raisons pour lesquelles le domaine du goût et de l'alimentation sont exclus de cette notion d'art légitime. Tout d'abord, à cette époque, la cuisine est uniquement perçue comme une activité pratique réalisée dans le but de se nourrir, et donc de répondre à un besoin, une nécessité biologique. Ensuite, le culinaire relève du facteur sensoriel du goût, qui rappelons-le possède une position inférieure dans la hiérarchie sensorielle. En effet, le platonisme favorise les sens tels que l'ouïe et la vue aux dépens d'autres sens tels que le goût. (Zancanaro, 2019, p.63).

Au-delà de ces facteurs, Frédéric Zancanaro (2019, p. 72) met en avant certains « *freins* », de différentes natures, qui auraient potentiellement pu, limiter l'accès du culinaire à la notion d'art légitime.

- **La nature scientifique** : la gastronomie est un domaine complexe du fait de ses règles, ses notions, son vocabulaire. Ainsi, les professionnels de la gastronomie définissent leur profession comme étant à la fois un « *art* » mais aussi des « *sciences* ». L'accès à ces nouveaux métiers, semble dès lors être une difficulté pour une personne externe.
- **La nature artistique** : le principal inconvénient semble être le fait que la cuisine possède un caractère éphémère, à la différence des arts légitimes qui ont une capacité de vie illimitée. On constate également un manque de protection : le chef qui produit sa cuisine ne possède pas, de quoi protéger son œuvre, comme le Copyright pourrait protéger les œuvres littéraires et artistiques.

- **La nature professionnelle** : les chefs ont du mal à s'assimiler en tant qu'artistes. Pour eux, leur profession s'identifie davantage à celle d'un métier manuel, un métier d'artisan. Cependant, leurs actes sont souvent en contradiction avec leurs dires : le fait de développer une forme de « *signature* » dans leur manière de travailler, entre dans une démarche d'identification à un art.

1.3 Artification culinaire

La cuisine dans son ensemble, peut s'inscrire dans une démarche culturelle, c'est-à-dire, qu'on l'inscrit dans des cadres susceptibles d'évoluer en fonction de composante propre à chaque pays, chaque croyance, chaque religion. Evelyne Cohen et Julia Csergo définissent dans « *L'Artification du culinaire* » (2012, p.7) la cuisine comme étant un système de transformation des aliments dans le but de consommer les produits finis.

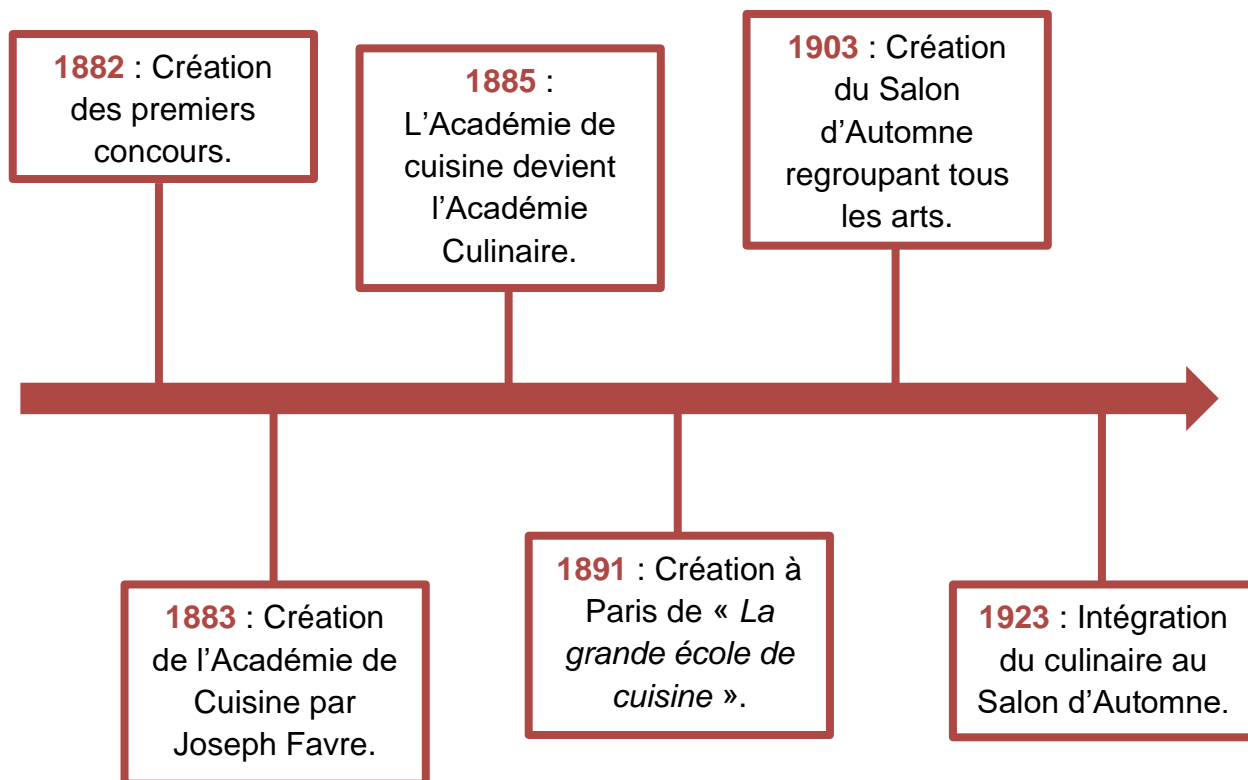
Au fil des siècles, la cuisine s'est voulue savante et scientifique, avant de devenir une notion d'art de vivre. Ces définitions font une fois de plus la corrélation avec le sensoriel du goût, qui devient « *l'objet de pensée savante, de discours théorique, de jugement critique* » (Cohen, Ssergo, 2012, p. 8). Entre toutes ces informations, toutes ces caractérisations du culinaire, les chefs du XIX^{ème} siècle, ont du mal à trouver leur place. Philéas Gilbert, cuisinier français, dénonce dans un article intitulé *L'Arbitrage : Ouvriers ou Artistes ?* (Csergo, 2012, p.29) la problématique préoccupant les plus grands de son époque :

« À dire vrai, que sommes-nous encore à l'heure actuelle dans la société ? Les uns se disent artistes, les autres se dénomment simplement ouvriers. Des deux appellations laquelle est la vraie ? Sommes-nous ouvriers ? Oui. Sommes-nous considérés comme tels par la loi ? Non. Possédons-nous des artistes dans toute l'acceptation du mot ? Oui. Leur accorde-t-on la considération due aux artistes ? Non. Alors nous ne sommes ni ouvriers, ni artistes. Que sommes-nous ? Rien. Qu'aspérons-nous à devenir ? L'un et l'autre [...]. »

Afin de remédier à tant d'interrogations, l'Union Universelle devenue par la suite la Société des cuisiniers français, prévoit de soutenir et d'encourager les « *créations*

culinaires » par des salons ou bien des expositions. En ces mêmes temps, un journal devient la référence professionnelle : L'art Culinaire. C'est un moyen de revendiquer « *clairement les outils conventionnels du passage de la cuisine à l'art* » (Csergo, 2012, p.30). Afin d'observer les différentes étapes qui ont mené à classer aujourd'hui, le culinaire comme étant un neuvième art, nous optons pour la présentation d'une frise chronologique plus évocatrice.

Figure 2 - Frise chronologique de l'acception du culinaire comme art



Source : Cohen et Csergo

De nombreux maillons ont participé à rendre la science du culinaire comme étant un art. Tout d'abord, la reconnaissance collective d'un savoir-faire avec la création d'un journal professionnel. Puis la naissance d'opérateurs engagés (beaucoup évoquent l'intervention d'Antonin Carême dans ce processus d'artification), la légitimation d'une critique experte. Et enfin, la mise en place de vecteurs d'institutionnalisation qui permettent la transmission des savoirs des métiers de bouche. (Csergo, 2012, p. 20).

2. La gastronomie

Nous savons ô combien le terme de gastronomie a pu essuyer les tentatives de définition et de compréhension de la part de la société. Comment est-elle née ? Quel fut son impact sur le monde de la restauration ? Quelle place occupe-t-elle aujourd'hui ? La gastronomie est un domaine qui inspire, qui intrigue et qui aujourd'hui, après tant de siècles traversés, se voit enfin reconnue à l'échelle internationale.

2.1 Définition

Si nous devons la définir étymologiquement, la gastronomie désigne la culture du ventre. Elle vient du grec *-nomos* qui signifie la loi, l'ordre, et *-gaster* qui désigne le ventre, l'estomac (Thierry Mathé et al. 2009). De manière plus actuelle, la gastronomie est définie comme étant « *la connaissance de tout ce qui se rapporte à la cuisine, à l'ordonnement des repas, à l'art de déguster et d'apprécier les mets* »¹. Ce sont ces caractéristiques qui permettent à Bonnain-Moerdyck Rolande (1975, p.114), de déclarer qu'au-delà d'un besoin physiologique, la nourriture rattachée à la gastronomie, est une « *préoccupation de citadins* ».

Selon Evelyne Cohen, et Julia Csergo, (2012, p.7) la gastronomie serait un ensemble d'opérations allant de la production des matières premières aux rituels de consommation de chacun. Et si nous tentions de définir nous-même ces quelques mots, nous dirions que cette culture du ventre relève d'une individualisation, dépendante de coutumes propre à un lieu, une religion, ou bien une croyance.

2.2 Chiffres du secteur

Selon le ministère de l'Économie, des finances et de la relance², la filière de la restauration joue un rôle important dans le secteur du tourisme en France. Le

¹ Dictionnaire Larousse. [En ligne]. Disponible sur <https://tinyurl.com/2p9dxy5b> (Consulté le 20 février 2022).

² Ministère de l'économie, des finances et de la relance. *La filière restauration*, 2021. [En ligne]. Disponible sur <https://tinyurl.com/4by4cnhw> (Consulté le 20-02-2022).

poids que peut avoir la restauration s'élève à 40 % du chiffre d'affaires hors taxes du tourisme international, et cette donnée est expliquée par l'inscription du repas gastronomique des Français au patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'UNESCO, en 2010.

Le secteur de la restauration dénombrait en 2017, près de 260 000 entreprises dont 203 000 étaient des restaurants et services de restauration mobile.

Il correspond au 5^{ème} secteur pourvoyeur d'emplois³, avec plus de 650 000 salariés ; et générerait en 2016, un chiffre d'affaires atteignant les 52 milliards d'euros.

Toutefois, en nous intéressant davantage à notre domaine de prédilection, c'est-à-dire la haute cuisine gastronomique, nous nous sommes rendu compte que celle-ci, bien qu'elle soit un emblème et une fierté pour notre pays, ne représente que 2 % des repas consommés hors domicile (Brégeon de Saint-Quentin, Brian Lemerancier, 2019, p. 22).

2.3 Histoire de la gastronomie

La gastronomie débute son histoire au Moyen-âge lorsque des professionnels de l'alimentation se mettent à produire de la nourriture à destination d'autrui. Cette production alimentaire se décline sous deux formats, à savoir la première à titre privé et la seconde destinée au grand public.

Principalement accordée à la noblesse, les cuisiniers produisent en quantité (souvent sept mets et assiettes) pour de grandes tablées. C'est dans un cadre tel que celui-ci que nous verrons apparaître la figure de chef avec Guillaume Tirel, alias Taillevent ; mais également les premières manières de table, loin d'une alimentation pensée « *sauvage* ». ⁴ Toutefois, ce n'est pas la seule existence de production alimentaire. Selon Patrick Rambourg (2013, p. 183), d'autres professionnels de l'alimentation sont codifiés sous des prérogatives, les réunissant

³ Ministère de l'économie, des finances et de la relance. *Les chiffres clés de la gastronomie en France – infographie*, 2016. [En ligne]. Disponible sur <https://tinyurl.com/59rd8b38> (Consulté le 20-02-2022).

⁴ Zancanaro Frédéric. *Histoire de la gastronomie*. Cours de Licence Professionnelle, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2020.

ainsi par catégories ; ce qui leur confèrent les titres d'organisation de festins, de noces ou de banquets.

L'histoire se poursuit à la Renaissance, où l'on constate une évolution dans les agapes : on modifie les manières et les arts de la table (le contrôle du corps, l'arrivée de la fourchette, des verres Murano, et de la faïence) ; on crée de nouvelles techniques culinaires ; on identifie un lieu spécifique pour les temps de repas. Et enfin, on observe une ouverture de l'espace du mangeable : les importations sont de plus en plus importantes, de nombreuses évolutions sur le domaine de la pâtisserie et une influence en provenance du nouveau monde. Ce sont en quelques sortes les prémices de ce que nous appellerons deux siècles plus tard, la gastronomie. ⁵

Au XVIII^{ème} siècle, des conflits jaillissent entre les différentes corporations, les professionnels se disputent le travail et la clientèle. Afin de régler ces quelques difficultés, Paris offre un terrain florissant à la propension de restaurants. Nous avons longtemps imaginé que la Révolution française de par ses contextes politiques, structurels et institutionnels, avait été l'élément déclencheur pour la création de multiples restaurants ; en réalité, l'événement qu'il fut et la concurrence des prestataires alimentaires ont tous deux permis le développement d'un marché préexistant. (Rambourg, 2013, p.195).

2.4 Littérature gourmande

En 1769, « *l'Almanach général d'indication d'adresse personnelle et domicile fixe, des six corps, arts et métiers* » regroupait rôtisseurs, pâtissiers, marchands de vin et traiteurs, aubergistes et hôtels garnis ; c'est une ébauche, de ce que pourrait être un guide touristique. Cependant, ce n'est qu'après la floraison de restaurants que la littérature gourmande, ou bien littérature critique apparaît. Désormais, la réputation d'un professionnel de la cuisine, ne se fait plus grâce à un fortuné s'offrant ses services, mais bien à des clients qui formeront ce que nous appellerons « *l'opinion publique* » (Rambourg, 2013, p. 206).

⁵ Zancanaro Frédéric. *Histoire de la gastronomie*. Cours de Licence Professionnelle, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2020.

Ainsi, L'Almanach des Gourmands naît en 1804 pour donner suite à cette propension de restaurants (Cazelais, 2006, p. 15). Alexandre Balthazar Laurent Grimod de la Reynière s'en va ainsi publier les premiers guides qui rencontreront un succès foudroyant (notamment les éditions 1808, 1810 et 1812). Selon le père fondateur qu'il est, l'information gastronomique n'était pas assez développée et bien trop peu accessible (Rambourg, 2013, p. 210). Si lors de sa première édition, le guide n'apparaît que comme un simple ouvrage de recommandation, cela ne restera pas d'actualités bien longtemps. Les années qui auront suivi, Grimod de la Reynière suggère de mettre en place un panel de dégustateur qui seront chargés d'apprécier les mets.

Précédemment, nous expliquions comment la littérature gourmande, et par conséquent la critique gastronomique, était née. Cependant, il nous semble déterminant d'éclaircir la notion du pourquoi celle-ci est apparue. La diversité d'offre de restauration naissante, laisse quelque peu les consommateurs troublés. Cette incertitude sur la qualité des produits singuliers -entités incommensurables-, est définie par Lucien Karpik (2007, p. 38) comme étant le marché des singularités ; la rencontre « *heureuse* » et « *spontanée* » entre l'offre et la demande devient de plus en plus rare (2007, p.43). Selon Karpik, « *le marché des singularités ne peut exister sans des dispositifs de coordination qui servent d'aides à la décision* ». Et c'est dans un contexte tel que celui-ci, que les dispositifs de jugement éclosent.



Au travers de ce premier chapitre, nous avons pu analyser et cerner la portée qu'a eu, et qu'a encore le domaine de la gastronomie sur notre société. Autrefois perçue comme une fonction biologique, elle est aujourd'hui considérée comme un art, comme une science, mais également comme une forme d'individualisation. L'importance que l'on a fini par lui conférer, lui a permis de se frayer un chemin dans l'optique d'être définitivement reconnue. Ces commencements, initiés par Grimod de la Reynière, ont consenti au développement d'un empire de la critique gastronomique, celui du Guide Michelin.

Avant que nous ne débutions cette conséquente partie sur le Guide Michelin, il nous semble primordial, de définir ce qu'est un guide dans sa globalité.

« Tous les guides sont des dispositifs de connaissance, tous revendiquent une forme d'autorité sans laquelle ils seraient dépourvus de la moindre influence – ce qui suppose qu'ils bénéficient de la confiance – et, puisqu'ils orientent l'action de leurs lecteurs, tous participent, plus ou moins activement, à la formation et à la continuité d'une forme spécifique de régulation économique. » (Karpik, 2000, p.369)

CHAPITRE 2. LE GUIDE MICHELIN

Le *Guide Michelin* est une entreprise située au cœur même de la France à Clermont-Ferrand. Créé en 1900, il est façonné et imaginé de toute pièce par deux frères : André et Édouard Michelin. À l'origine, leur guide était distribué gratuitement et avait pour seul objectif de renseigner les voyageurs des routes de France : tout savoir sur le pneumatique, tout savoir sur les systèmes mécaniques, et les approches plus physiologiques (où manger, où boire, où communiquer ?). Tout ça, afin de rendre la vie des voyageurs moins fastidieuse.⁶ Aujourd'hui, le guide est reconnu pour sa dimension gastronomique, et malgré sa remise en cause à mainte reprise vis-à-vis de leur jugement, il reste la référence pour de nombreuses personnes.

1. L'histoire du Guide Michelin

122 ans. C'est l'âge que l'on reconnaît au célèbre Guide Rouge. Comment un guide a-t-il pu traverser autant de décennies ? Comment s'est-il adapté à des générations fluctuantes ? Nous analyserons lors de ce premier point, les différentes vies que le Michelin a pu avoir : le guide technique, le guide touristique et le guide gastronomique.

1.1. Un guide technique

1.1.1. Dans quel contexte le Guide émerge-t-il ?

Nous voilà plongés en 1900, à l'ère d'un siècle novateur et d'un renouveau en tout point. Nous sommes aux débuts de l'automobile et malgré peu d'automobilistes en France, les frères Michelin voient ici, une occasion de sortir d'un système ferroviaire, de proclamer l'indépendance des mobilités. En dépit des inquiétudes et des préjugés soulevés par les automobilistes, le guide s'avère être un succès, et

⁶ Le Guide Michelin. *Le guide Michelin, une longue histoire*. [En ligne]. Disponible sur <https://guide.michelin.com/fr/fr/about-us>. (Consulté le 22-02-2022).

les voyageurs perçoivent en lui la restitution d'une individualisation de la mobilité. (Karpik, 2000, p. 371).

1.1.2. Quel est son contenu ?

En 1906, le Guide Rouge comportait deux parties : le « *pneumatique* » et les renseignements pratiques (la douane, les droits du chauffeur, la réglementation des routes et les règles de circulation). Dans ce guide, sont citées de nombreuses villes où les automobilistes retrouveront toutes adresses utiles :

- Le dépôt de carburant est un des critères premiers puisqu'il permet aux automobilistes de s'approvisionner peu importe l'endroit. Il n'y a pas de lieux attitrés, le dépositaire peut être une boulangerie (c'était notamment le cas dans le village de Taillefontaine).
- Les mécaniciens sont peu à être inscrit au guide : 600 pour l'intégralité de la France.
- « *20 kils.* » Des informations précieuses qui permettront aux chauffeurs et vélocipédistes de connaître la distance entre eux et le prochain dépôt d'essence. (Michelin & Cie, 2004, p. 32)

Au-delà d'aspect technique, cette deuxième partie présente également des hébergements, classés en trois catégories : 1, 2 ou 3 astérisques, selon leur prix. Nous pourrions voir au travers de cette information, le début d'un système d'évaluation des produits hôteliers ; toutefois, moins d'une adresse est citée par ville : le Michelin souhaite davantage conseiller les routes (Michelin & Cie, 2004, p. 52).

1.1.3. Comment gagne-t-il la confiance de ses lecteurs ?

Dès les premières années, le Guide dénombre entre 35 000 et 60 000 exemplaires de vendus. Au-delà de sa gratuité, rien ne justifie que le Guide fonctionne autant. Aucune contestation, aucune réclamation n'est faite à leur

égard ce qui démontre que leur crédibilité et leurs qualités ne sont aucunement remises en cause.

Selon Karpik (2000, p. 373) cette confiance s'enracine grâce à la sollicitation que le guide émane envers ses « *collaborateurs* » :

- « *Une double opération d'inscription et de radiation* ».
- « *Le recours à la caution des personnes autorisées* ».
- « *La mobilisation du jugement des lecteurs voyageurs au moyen de questionnaires plus ou moins formalisés* ».

1.2. Un guide touristique

1.2.1. Dans quel contexte le Guide émerge-t-il ?

1908. Le guide touristique est lancé, cependant, son succès sera accentué à la suite de la Première Guerre mondiale. Nous nous mettons à considérer la société autrement : nous nous intéressons davantage à l'humain et à ses ressentis, plutôt qu'aux machines et à leurs productivités. Sans oublier que le savoir-faire se démocratise, que les consommateurs voyagent davantage et que le tourisme n'est plus destiné uniquement « *aux riches* ». (Karpik, 2000, p.376). En ces mêmes temps, la notion de tourisme sera accentuée par l'ouverture du Bureau du tourisme à Paris (1908), et la diffusion de 47 cartographies routières sur plusieurs régions de France (1913-1914) (Michelin & Cie, 2004, p. 74).

1.2.2. Quel est son contenu ?

S'ils possèdent encore le même titre, la même couverture et la même présentation, il n'en reste pas moins que le Guide n'est plus le même. Les curiosités, les sites et les monuments les plus importants sont notés d'une à trois étoiles ; et les hôtels le sont également.

Puis, en 1923, une nouvelle rubrique apparaît, intitulée « *Hôtels et restaurants recommandés* ». C'est la toute première fois que le *Guide Michelin* cite les restaurants comme une entité à part entière, jusqu'ici, n'était mentionné que « *les tables d'hôtes* ». Entre 1923 et 1925, sont donc apparus des étoiles, celles-ci n'ayant pour l'instant, aucune connotation gastronomique. En 1926, l'étoile noire est arrivée avec pour signification « *Ce signe, complétant l'un de ceux-ci-dessus, indique les hôtels possédant une table renommée* » : L'étoile de bonne table, est née (Michelin & Cie, 2004, p.163).

1.2.3. *Comment gagne-t-il la confiance de ses lecteurs ?*

Le Guide opère un changement radical : en 1920, il sera payant. En effet, si jusqu'ici ce-dernier était gratuit, l'un des deux frères, André Michelin n'a pas voulu qu'il le reste plus longtemps : pour lui, les gens n'avaient de respect que pour ce qu'ils payaient. Contre toute attente, et malgré cette palinodie, le Guide se vend à plus de 100 000 exemplaires. En réalité, l'ancienneté, le prestige et cette perception du Guide comme étant un support de jugement, permettent à celui-ci de maintenir son positionnement comme leader de la critique (Karpik, 2000, p. 378).

1.3. Un guide gastronomique

1.3.1. *Dans quel contexte le Guide émerge-t-il ?*

1933. Le Guide Rouge subi une nouvelle mutation à l'aube de la Seconde Guerre mondiale. Le problème est-tel que le choix devient trop difficile au milieu de marchés d'hôteliers-restaurateurs qui se multiplient. Ainsi, le Guide prend un nouveau tournant, « *son ambition n'est pas seulement de fournir aux voyageurs les noms et les adresses des principaux hôtels et restaurants, mais aussi de les classer par ordre de mérite, et d'en citer les spécialités* » (Neirinck & Poulain, 2004, p. 113).

1.3.2. *Quel est son contenu ?*

Dans ce nouveau Guide Michelin, on octroie moins de place pour les informations techniques, on enlève les schémas d'excursion et les fonctions que l'on retrouvait traditionnellement n'ont plus qu'une place minime. Deux difficultés surgissent de leur système de notation, il existe cinq catégories pour classer un hôtel contre trois pour un restaurant. Il leur faudra une dizaine d'années afin que le guide puisse trouver un équilibre en terme de fonctionnement et de notation. (Cf. ANNEXE A, p.90)

À partir des années 60, une certaine concurrence se met en place, le modèle de critique gastronomique est reproduit par les guides Kléber-Colombes et Gault et Millau (en 1972). Ces antagonistes ont su écouter les requêtes des lecteurs qui n'arrivaient pas à se retrouver financièrement dans les sélections du Guide Michelin. Le célèbre Guide a donc été forcé de se remettre en question, d'améliorer son offre avec une nouvelle distinction afin de toujours satisfaire ses lecteurs.

1.3.3. *Quelles sont ses distinctions ?*

Les étoiles sont les principales distinctions pour lesquelles le *Guide Michelin* est reconnu. Aussi appelé macaron, il « *devient le symbole de l'excellence, et pour le restaurateur celui de la réussite* » (Neirinck et Poulain, 2004, p. 113). Avant la Seconde Guerre mondiale, trois grandes maisons bénéficient d'une notoriété et d'une reconnaissance sans faille : La Mère Brazier au Col de la Luère (69), Alexandre Dumaïne à Saulieu (21), et Fernand Point à La Pyramide de Vienne (38). Aujourd'hui, on dénombre en France 521 établissements avec une étoile, 74 avec deux étoiles et 31 avec trois étoiles.

En 1997, afin de répondre à la concurrence, le *Guide Michelin* crée, le Bib Gourmand. Cette distinction permet de sélectionner des établissements proposant une cuisine de qualité à un prix maximum de 29 euros en province et 35 euros en région parisienne. En 2016, la création de l'assiette permet de récompenser toutes

les tables avec une qualité de produits exceptionnelle et un chef de talent aux fourneaux.

Les couverts, eux tiennent compte du confort, de l'accueil et de tout autre éléments liés à l'atmosphère, qui font du restaurant visité un restaurant de qualité.⁷ Enfin, en 2020, le Guide Rouge prend part à une problématique dans l'ère du temps, celle de l'écologie. L'institution crée alors l'étoile verte, une distinction qui récompense les établissements promouvant une gastronomie durable (une attention est portée aux modes d'agriculture, de pêche, d'élevage, aux produits de saisons).

Figure 3 - Les distinctions du Guide Michelin



Source : Site Internet du Guide Michelin

1.3.4. Comment gagne-t-il la confiance de ses lecteurs ?

Très tôt, le *Guide Michelin* est reconnu comme étant « l'autorité gastronomique » (Karpik, 2000, p. 182) pour la simple et bonne raison, qu'aucun amateur ou professionnels, qu'ils soient français ou étrangers n'ont pu ignorer ses jugements, et les contester. Au-delà de cette influence exercée, et d'une certaine légitimation octroyée par les consommateurs ; une forme de concurrence se crée autour du Guide Rouge. Nous aurions pu croire, à l'époque, que la mise en place de cette « rivalité » puisse faire baisser les ventes et décrédibiliser le Guide Michelin, mais il semblerait qu'au contraire, cela l'ait rendu plus fort. En 2000, les ventes ont atteint les 600 000 exemplaires (Karpik, 2000, p. 182).

⁷ Le journal du Centre. *Étoiles, assiettes, couverts... Le vocabulaire du « Guide Michelin » décrypté.* [En ligne] Disponible sur <https://tinyurl.com/4usje9j4> (Consulté le 25-02-2022)

Selon Estelle Bonnet (2004, p. 151), cette mise en confiance du public passe par deux facteurs :

- Le premier permet de donner à croire aux lecteurs qu'il existe le goût des bonnes choses en homogénéisant les jugements entre guides.
- Le second est de donner suffisamment d'importance à leurs lecteurs pour qu'ils se sentent écoutés et entendus quant à leurs revendications.

« La confiance du public se construit aussi par la manière dont les dénonciations ou les recommandations qu'il effectue sont prises en compte par les guides » (Bonnet, 2004, p. 152).

2. Le fonctionnement et l'évolution du Guide Michelin

Le Guide est aujourd'hui réputé dans le monde entier. Au-delà de son histoire, la manière dont il fonctionne et les stratégies mises en place ces dernières années, l'ont amené à devenir la Bible du gastronome. Entre les mystères de la notation, son internationalisation et sa démocratisation Internet, voici toutes les facettes de celui que l'on attend patiemment chaque année.

2.1. Le mystère de l'inspecteur

Selon Véronique Chossat (2003, p. 26), le travail qu'effectue le *Guide Michelin* et ses inspecteurs, ne correspond en aucun cas à un système de certification susceptible de répondre à un cahier des charges. Alors si ce n'est point une certification qui atteste d'une qualité, qu'est-ce donc ? Une évaluation. Celle-ci permet *« l'appréciation du bien par le biais de la construction d'une convention de qualité, expression de l'avis éclairé d'un expert : le guide gastronomique »*.

Si votre but est de devenir inspecteur, sachez qu'il n'y a pas de critères spécifiques à posséder, vous pourriez être un expert, sans être un professionnel.

Toutefois, il semblerait que la critique la plus visible et la plus légitime ne soit pas celle de cuisiniers, mais celle d'experts qui appartiennent au corps professionnel, sans être inclus dans le système de production (Bonnet, 2004, p. 136). Pascal Rémy (2004, p. 59) dénonce dans son livre la misogynie qui frappe la direction du *Guide Michelin*: il faudra attendre les années 80, soit bien après la création du Guide, pour qu'on recrute les premières femmes inspectrices. On comprend au travers de cette accusation, la place qu'occupe la figure masculine dans le recrutement du travail d'inspecteur. Les hommes non-mariés et les pères de famille sont favorisés, car pour l'un, la mobilité est davantage flexible, et pour l'autre, la volonté de subvenir aux besoins de sa famille l'empêcherait de quitter un travail bien trop pénible.

En effet, un travail pénible. Voici les conditions qui sont dénoncées par Pascal Rémy, mais aussi par Estelle Bonnet. Des évaluations trop intenses qui amèneraient les inspecteurs à un jugement « *émoussé par un effet de saturation* » (Bonnet, 2004, p. 150). Philippe Toinard (2019, p. 10) décrit ainsi le travail type d'un inspecteur : c'est en moyenne 30 000 kilomètres de parcourus dans l'année, 250 repas consommés de manière anonyme (midi, et soir), plus de 160 nuits dans des hôtels ou des chambres d'hôte, plus de 600 visites effectuées (qui dure environ 20 minutes) et plus de 1 000 rapports rédigés. L'inspecteur passerait environ trois semaines sur le terrain, à inspecter d'anciens et de nouveaux établissements, puis une semaine sur le site de la direction à Paris afin de restituer ses comptes-rendus et préparer ses prochaines tournées. Les inspecteurs voyagent généralement seuls, mais ils leur arrivent de se retrouver afin d'évaluer des établissements qui sont déjà d'une grande notoriété. Enfin, les inspecteurs sont rappelés lors de l'attribution des étoiles afin que les décisions d'affectation et de rétrogradation soient prises de manière collégiale.

2.2.L'internationalisation du guide

Si pendant de nombreuses années le *Guide Michelin* fut uniquement implanté en France, ce n'est désormais plus le cas (Cf. ANNEXE B, p.91). Les frères Michelin souhaitaient tous deux répondre à un nouveau besoin : celui d'accompagner les

automobilistes et les touristes du monde entier (Toinard, 2019, p. 8). Malgré l'existence d'autres guides propres à leur pays (Egon Ronay en Grande-Bretagne, Ristoranti en Italie), le *Guide Michelin* parvient tout de même à se faire une place (Cazalais, 2006, p.15).

Le Guide Michelin, est aujourd'hui reconnu dans 36 pays du monde entier, et ne cesse de consolider son image d'une France gastronomique.⁸ (cf. ANNEXE C, p.92)

Lors des premières années, Gwendal Poullennec, le directeur du développement international chez Michelin, (2011, p. 37) nous explique que le Guide était principalement implanté en Europe. Toutefois, depuis le début du XXI^{ème} siècle, le Guide semble vouloir traverser les océans afin de s'implanter à l'étranger.

Tout d'abord aux États-Unis, avec la création du Guide de New-York et de San Francisco, puis sur le continent asiatique en 2007, avec le Guide de Tokyo. Le but n'était alors pas de vendre le Guide français à l'étranger, mais bien d'adapter le Guide, ce système d'évaluation français, à d'autres pays, à d'autres cultures.

Lorsque le Guide a souhaité son implantation au Japon, la question de l'acceptation de la part de la société japonaise fut soulevée de manière assez forte (Poullennec, 2007, p.39). C'est avec stupéfaction que le Guide a constaté leur succès sur le territoire de Tokyo : plus de 120 000 exemplaires ont été vendus en 24 heures, lors de la première année (Toinard, 2019, p. 8).

2.3.La digitalisation du guide

Nous sommes au début des années 2000, et la « *bulle d'Internet* » explose. De plus en plus de personnes, l'emploie ; l'accès aux informations est rapide, et la conséquence pour le Guide est telle que les ventes imprimées chutent. Si dans les années 70 et 80, le Guide a atteint le million de vente, celle-ci tombe de plusieurs milliers dans les années 2000 (Poullennec, 2007, p. 38).

⁸ Le Guide Michelin. [En ligne]. Disponible sur <https://guide.michelin.com/fr/fr>. (Consulté le 28-02-2022).

Afin de remédier à la baisse de leur vente, le *Guide Michelin* décide en 2011, que leurs clients pourraient eux aussi participer en notant et donnant des avis sur les établissements sélectionnés sur la plateforme Internet du Guide. C'est donc l'ouverture de l'évaluation pour l'internaute, de la part d'un guide qui à l'origine se veut élitiste (Beauvisage et al. 2014, p. 175). Mais alors, comment tout ceci fonctionne ? Les restaurants versent une mensualisation (une soixantaine d'euros environ) au *Guide Michelin* qui leur offre ainsi une visibilité sur leur site. Toutefois, les établissements référencés par un échange monétaire sont différenciés des établissements référencés par le Guide lui-même. Un avantage pour les deux parties puisque les restaurateurs bénéficient de la notoriété de la plateforme, et le Guide génère une nouvelle entrée d'argent compensant la perte de la vente papier.

« Il s'agit ainsi d'un changement de paradigme pour le guide Michelin, qui passe d'une logique sélective (les meilleurs établissements seulement) à une logique d'annuaire (tous les établissements, avec une note pour les départager). » (Beauvisage et al., 2013, p.150)

Ce nouveau paradigme génère beaucoup de remous au sein de la profession. Afin d'éclaircir leurs décisions et leur changement de positionnement, Jean-Dominique Senard, président du groupe Michelin de 2012 à 2019, avait convoqué au Plaza Athénée en 2012, de nombreuses personnalités affluantes de notre profession. Il en était ressorti une inquiétude forte, et un désaccord profond (notamment de la part d'Alain Ducasse), qui avançait à l'époque que laisser un accès libre aux consommateurs serait une « *tollé* » pour la profession.⁹ De réelles interrogations avaient alors été soulevées sur la potentielle perte d'indépendance du Guide, les éventuels conflits d'intérêts et la légitimité d'un client lambda (Beauvisage et al., 2013, p. 150).

⁹ L'hôtellerie-Restauration. Michelin soumet les professionnels aux avis des internautes. [En ligne] Disponible sur <https://tinyurl.com/mr2jvn3t> (Consulté le 15-01-2022)



Lors de ce second chapitre, nous avons pu analyser toute la portée du Guide Michelin, cet empire de la gastronomie française. Entre guerres, crises économiques et démocratisation de l'Internet, le célèbre Guide Rouge fait preuve d'une adaptabilité sans faille : guide technique, guide touristique, puis finalement guide gastronomique ; internationalisation, développement du web... Aujourd'hui, malgré une concurrence toujours plus accrue, et malgré une contestation de leur manque de transparence, le *Guide Michelin* s'impose à l'échelle nationale et internationale, comme étant la référence de la gastronomie.

CHAPITRE 3. L'UNIVERS CONCURRENTIEL

Forcés de constater que le Guide Michelin, malgré une forte renommée dans le monde entier, ne détient plus le monopole de la critique depuis de nombreuses années. Peut-être aurez-vous entendu parler du Bottin Gourmand (anciennement Guide Kébler), ou bien du Guide Champérard ; des guides à vocation touristique (Guide du Routard) ou bien des guides portés sur le vin (Guide Hachette) ? Tant de critiques... Et pourtant, au travers de ce chapitre, nous souhaitons étudier en comparaison le Gault & Millau. Considéré depuis de nombreuses années comme étant le concurrent majeur du Guide Michelin, son évolution reste sans faille à l'image du titan de la critique gastronomique. Nous analyserons ensuite, l'apparition d'une nouvelle forme de critique, celle dite « *profane* ».

1. Le Gault & Millau

Gault & Millau est une entreprise française lancée dans les années 70. Son objectif lors de sa création était de promouvoir « *le goût, la qualité, la créativité des chefs et leur simplicité* ». Un modèle qui fonctionnera puisque, aujourd'hui, le Gault & Millau est implanté dans 22 pays.¹⁰

1.1 Histoire du Gault & Millau

Avant que Gault & Millau ne soit un guide, ce sont deux hommes : Henri Gault et Christian Millau. L'un portait le titre de grand reporter, l'autre avait la responsabilité des pages magazines, et tous deux travaillaient dans le célèbre quotidien « *Paris-Presse* ». À l'époque, Pierre Charpy, directeur de la rédaction, constate que Henri Gault ne se plaît pas dans son travail, et source d'intéressement, il l'interroge sur ses préférences. Ce dernier répondit qu'il souhaitait se promener, alors Pierre Charpy l'envoya explorer les environs de Paris (Gault et al., 1977, p. 7).

¹⁰ Gault & Millau. [En ligne] Disponible sur <https://fr.gaultmillau.com/>. Consulté le 02/03/2022.

Fort de ses premières publications, Christian Millau rejoint Henri Gault dans la quête à la bonne cuisine. Le succès est au rendez-vous, et Christian Bourgeois donne son accord et son argent aux deux « *frères de table* » pour qu'ils puissent commenter les restaurants de la ville : c'est la naissance « *d'un petit monstre à deux têtes et deux estomacs* » (Gault et al., 1977, p.13). Sur la seconde édition, le Guide Julliard (le guide portait à l'époque le nom de l'éditeur) se vendit à plus de quinze cents exemplaires.

Si le Gault & Millau est aujourd'hui ce qu'il est, s'il possède la renommée qu'il possède, c'est grâce à ce rôle de pionnier qu'il a occupé lors de la découverte de la « *Nouvelle Cuisine* ». Cette nouvelle ère avait pour but de simplifier la cuisine, de la rendre un peu moins traditionnelle, elle a permis de sortir « *la gastronomie française de sa léthargie* » et d'inventer une nouvelle façon de consommer.¹¹ Afin de « *codifier* » cette nouvelle cuisine, le Gault & Millau en définit les dix commandements.

1.2 Quel est son contenu ?

Le Gault & Millau réunit sous ses sélections, les restaurants et les hôtels, mais aussi les artisans, et les vins & spiritueux.

Tableau 1 - Contenu des sélections du Gault & Millau¹²

Les hôtels et restaurants	Ils bénéficient d'une évaluation portant sur des toques, des notes ou des étoiles. Dans les facteurs qui priment, on retrouve également la localisation, les services spécifiques proposés et les styles culinaires ou d'ambiance.
Les artisans et les vins & spiritueux	Eux ne bénéficient pas d'une évaluation. Ils reposent sur les mêmes critères, mais sont ensuite référencés en fonction de leurs activités (apiculteur, fromager, boucher) ou type de production (biodynamie, biologique, raisonné).

¹¹ Gault & Millau. Notre histoire Gault & Millau. [En ligne] Disponible sur <https://tinyurl.com/2dz43f8w> (Consulté le 02-03-2022).

¹² Gault & Millau. Notre sélection. [En ligne] Disponible sur <https://fr.gaultmillau.com/>. (Consulté le 02-03-2022).

1.3 Quelles sont les distinctions attribuées ?

La notation se fait pour le Gault & Millau sur une grille internationale qui prend en compte les critères tels que ceux de la cuisine, de l'ambiance, et de l'expérience globale. À l'aide de cette grille, le Gault & Millau peut décerner des toques, correspondantes à des tranches de notes.

Tableau 2 – Toques et notation du Gault & Millau

Nombre de toques	Notes correspondantes
Établissements sans toques	Entre 10 et 10,5 sur 20
Bonnes tables : une toque	Entre 11 et 12,5 sur 20
Tables de chefs : deux toques	Entre 13 et 14,5 sur 20
Grandes tables : trois toques	Entre 15 et 16,5 sur 20
Très grandes tables : quatre toques	Entre 17 et 18,50 sur 20
Tables exceptionnelles : cinq toques	Entre 19 et 20 sur 20

Au-delà de notations et de toques distribuées au restaurant, le Gault & Millau tient à cœur à la mise en avant de personnalités.

- Les trophées élisent le cuisinier, le pâtissier, le cuisinier solidaire, le sommelier, le directeur de salle et le meilleur vigneron, de l'année.
- Les récompenses jeunes talents sont répertoriées dans le 109, un guide spécial qui regroupe en 2022, 109 chefs « *qui écriront demain la glorieuse histoire de la gastronomie française* ».
- Les Grands de demain, qui tentent de mettre en lumière les chefs qui feront la renommée de la gastronomie française dans les années à venir. Ce titre avait récompensé à l'époque Pierre Gagnaire, Jean-François Piège, et Thierry Marx.¹³

Figure 4 - Toques Gault & Millau



Source : Site Internet Gault & Millau

¹³ Le journal des femmes. *Gault & Millau 2022 : chefs et restaurants du palmarès 2022*. [En ligne]. Disponible sur <https://tinyurl.com/4fsne4vc> (Consulté le 09/03/2022).

1.4 Une comparaison entre Michelin et Gault & Millau

Le Gault & Millau souhaitait au travers de leur démarche, faire du journalisme, dire en quelque sorte tout haut, ce que beaucoup pensaient tout bas. Gault et Millau dans leur livre, le Gault & Millau se mettent à table (1977, p.14), décrivent le *Guide Michelin* comme une « *forteresse de la gastro-culture* », comme une sorte d'entité, qui leur semblait alors « *inimitable* » et « *inattaquable* ». Vouloir détrôner le *Guide Michelin* leur semblait impossible : « *il ne s'agissait pas pour nous de fabriquer un Anti-Michelin. [...] C'eût été aussi dérisoire et stupide que d'inventer une Anti-Académie française* ». Alors pourquoi, les inséparables qu'ils furent ont-ils été amené à créer ce petit guide jaune ?

« Ayant de la France et des Français, une idée infiniment moins « convenable » il nous semblait, au contraire, que le talent culinaire n'avait rien à voir avec la finesse d'une nappe ou la présence d'un voiturier. [...] Nous étions décidés à faire sauter un système aussi ridicule qui ne consacrait que des valeurs consacrées et condamnait les meilleurs talents à l'anonymat. » (Gault et al. 1977, p.21-22)

2. La critique profane

La critique profane est une forme de critique nouvelle, arrivée lors du développement Internet, dans les années 2000. Elle permet aux consommateurs et autres, de porter un jugement sur des biens et des services en déposant des commentaires courts ou rédigés, ou en attribuant des étoiles sur des plateformes dédiées (Pasquier, 2014, p.9).

2.1. Les dispositifs de jugement impersonnels

Les dispositifs de jugement impersonnels sont des systèmes de recueil de notes et d'avis de la part de consommateurs. Ils constituent un outil gratuit d'informations sur les différents biens et services et permettent ainsi d'orienter la prise de décision du consommateur.

Thomas Beauvisage et d'autres (2013, p. 132) en font la définition suivante :

« Les systèmes de notes et avis se présentent en première approche comme l'expression libre de l'évaluation de la qualité des biens par les consommateurs combinant une dimension arithmétique (l'agrégation des notes) et une dimension expressive (la rédaction libre d'un avis). »

2.1.1. Qui sont les évaluateurs ?

À l'heure actuelle, il semble difficile de définir un seul et unique portrait d'évaluateur en ligne ; toute personne ayant un accès à Internet est susceptible d'être un évaluateur. On les estime à plusieurs millions, avec des engagements plus ou moins réguliers (Pasquier, 2014, p. 11). En effet, la participation des évaluateurs est assez inégale : un petit nombre d'internautes auraient tendance à être très actif, tandis qu'un plus grand nombre d'internautes n'interviendraient que ponctuellement (Pasquier, 2014, p. 14). Sous ces évaluateurs, il est également possible de retrouver les bloggeurs culinaires qui achètent et testent des produits pour leur communauté. Ils détiennent une certaine forme de pouvoir et d'influence permettant ainsi d'influer les consommateurs quant à leurs pratiques et leurs actes de consommation (Naulin, 2014, p. 31).

2.1.2. La critique profane dans le domaine de la restauration

Malgré une forte présence des critiques gastronomiques, de la presse et du bouche à oreille - soit de multiples dispositifs de jugement sur le secteur de la restauration - ; les consommateurs ont ressenti le besoin d'émettre des avis sur les plateformes dédiées (The Fork, TripAdvisor). Blank (Beauvisage et al. 2014, p.165) oppose les deux types de critiques :

- Une évaluation dite de « *connaisseurs* », où la confiance est accordée à l'expertise d'un individu qualifié.
- Une évaluation dite « *procédurale* » où la confiance repose sur des expériences personnelles, et des ressentis propres à chacun.

En découle ainsi l'idée que les établissements n'apparaissant dans aucun guide, basent leur réputation au travers des plateformes, et des internautes qui l'alimentent (Pasquier, 2014, p. 18).

La critique ayant pris une forme stable, se déplace progressivement vers le jugement en ligne. Celui-ci permet de mettre en avant deux éléments : la commensuration, où l'on transforme des évaluations de qualités en évaluations de quantités ; et la singularisation, où l'on a tendance à favoriser l'originalité d'un produit (Beauvisage et al. 2014, p. 169). Au sein de cette critique profane, Beauvisage (et al. 2013, p. 151) identifie également une volonté de « *moralisation* » et de « *domestication* » des plateformes. L'une contribue à authentifier les avis publiés, et l'autre à juger leur teneur. Ces deux variantes nous permettent de nous interroger quant à la liberté de jugement que l'on octroie aux internautes.

2.2. La critique profane et les guides

Le jugement profane vient souvent combler des marchés où les dispositifs de jugement sont d'ores et déjà existants, tel est le cas pour le secteur de la restauration qui voit désormais s'affronter la critique gastronomique et la critique profane (Beauvisage et al. 2014, p. 144). Selon Estelle Bonnet (2004, p. 150), les critiques peuvent facilement être distancées des consommateurs car les experts sont déconnectés de la réalité : ils vivent dans des établissements luxueux, savourent des mets somptueux et goûtent des produits d'exception. « *Le jugement peut alors être par trop, nivelé vers le haut, au risque de se couper du quotidien de consommation de la plupart des lecteurs* ».

2.2.1. La difficulté d'une coexistence pour certains...

Comme nous avons pu le voir au cours de l'histoire, les guides ont souvent fait appel à leurs consommateurs afin de créer proximité et confiance. Tout un chacun pouvait écrire au *Guide Michelin* afin de les encourager à évaluer ou à réviser un établissement (Bonnet, 2004, p. 152). Ainsi, une logique participative était déjà

plus ou moins en place dans le fonctionnement des guides (Beauvisage et al. 2014, p.171).

Toutefois, depuis quelques années, nous vivons « *dans un contexte où l'incertitude sur les propriétés du bien ou du service est difficile à lever* » (Beauvisage et al. 2013, p. 150), les dispositifs de jugement se sont donc multipliés. Si fût un temps, sa concurrence se résumait au Gault & Millau ou Le Fooding, ce n'est plus le cas aujourd'hui : les plateformes d'avis tels que TripAdvisor, The Fork ou Google peuvent désormais s'installer à la table des critiques.¹⁴

« *Cette généralisation des avis profanes dans le domaine du goût culinaire n'a pas suscité de controverse particulière, tant que ces évaluations étaient cantonnées à certains sites dédiés.* » (Beauvisage et al. 2013, p. 149)

Cependant, depuis que le *Guide Michelin* fait le choix d'ouvrir leur plateforme aux internautes, les désaccords sont profonds et multiples. L'adoption de ce nouveau système sème le doute auprès des cuisiniers qui craignent non seulement un amalgame de la part des consommateurs, mais qui estiment également que leur cuisine, beaucoup trop complexe, n'est digne d'être évalué que par des experts (Beauvisage et al. 2013, p. 152).

2.2.2. L'opportunité pour d'autres

Thomas Beauvisage (2014, p. 171) évoque la naissance d'une démocratisation comme participation. Sous cette dynamique, une participation active des consommateurs concernant l'évaluation d'un bien ou d'un service est réclamée. Elle réside en l'ouverture d'un espace public à l'expression des consommateurs jugés « *ordinaires* ».

¹⁴ Atabula. *Le Guide Michelin fait-il toujours rêver la nouvelle génération de chefs ?* [En ligne] Disponible sur <https://tinyurl.com/2p8rksmt> (Consulté le 8/03/2022)

Nina et Tim Zagat voient une opportunité à cette démocratisation-participation. Ainsi, ils lancent tous deux un nouveau format de critique aux États-Unis : le Guide Zagat.

L'évaluation des restaurants est confiée à un collectif de critiques amateurs qui se placeront aux mêmes titres que des consommateurs lambda. Malgré un modèle critiqué, le Guide Zagat comptait dans son collectif plus de 30 000 collaborateurs au début des années 2000. Les notes attribuées aux restaurants sont une moyenne calculée sur la base de plusieurs évaluations, et les commentaires en sont une synthèse également (Beauvisage et al. 2014, p. 172). Au lieu de craindre cette nouvelle forme de critique profane, le Guide Zagat en a fait son pilier, et sa force.



En conclusion, et face à tant de bouleversements sur les différents dispositifs de jugement, Sidonie Naulin (2017, p.100) soulève la question suivante « *la démocratisation de la critique est-elle susceptible de transformer significativement la valence des critiques ?* ». En quelques mots, cette critique profane d'aujourd'hui se trouve à la fois sur des blogs culinaires, sur les réseaux sociaux, ou encore sur des dispositifs de jugement notes + avis (TripAdvisor, The Fork...). L'arrivée de la démocratisation d'Internet, a permis de varier les manières d'acquérir en notoriété, ce qui aurait eu tendance à éclipser les guides d'ores et déjà présents qui permettaient jusqu'ici de faire des choix. Il nous faudra attendre encore quelques années, avant d'analyser si les critiques gastronomiques posséderont toujours un avantage sur les critiques profanes, ou bien, si au contraire, la tendance est au changement.

CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE

Lors de cette première partie, nous avons pu appréhender et analyser les différents aspects de notre travail de recherche. Cette synthèse résume en quelques mots les principales idées qui devront être gardé à l'esprit afin de concevoir au mieux le travail de notre deuxième partie.

Dans un premier temps, nous avons pu analyser la manière dont la cuisine s'est imposée au fil des siècles dans un processus d'artification. Elle peut aujourd'hui se revendiquer, haut et fort, comme étant le neuvième art ; réalité qui n'était pourtant pas simple à concéder à ses débuts. Au parcours difficile, la gastronomie est aujourd'hui reconnue comme étant plus qu'un simple acte biologique, s'inscrivant ainsi dans les us et coutumes de chacun.

Dans un second temps, nous nous sommes intéressés à la structure qu'est le Guide Michelin. Très rapidement, nous nous rendons compte de l'adaptabilité du Guide Rouge et des efforts effectués dans le but de s'imposer comme étant le leader de la critique gastronomique. Si son chemin fut parsemé d'embûches, le *Guide Michelin* reste encore aujourd'hui l'indéfectible (ou presque) référence pour tous les amateurs de la grande cuisine.

Enfin, il nous fallait à titre comparatif, observer les autres guides, et les autres formes de critique que l'on retrouve sur le marché. Nous avons souhaité étudier le Gault & Millau parmi tant d'autres guides, car son modèle est inspiré du Guide Michelin, et nulle part autour de cette terre, nous ne pourrions trouver concurrence plus sérieuse. La critique profane était également un sujet à traiter de par son arrivée sur le marché, et son rapport aux consommateurs. Nous pouvons désormais appréhender sereinement la problématique qui s'oppose à l'heure actuelle, au Guide Michelin.

PARTIE 2. LA PORTEE D'UN GUIDE TEL QUE LE MICHELIN

INTRODUCTION DE LA DEUXIEME PARTIE

Lors de notre première partie, nous avons consulté de nombreux ouvrages, articles scientifiques et revues de presse ayant permis d'étayer notre question de départ, qui rappelons-le était :

Est-ce que la présence dans un guide représente toujours une utilité ?

De par nos lectures, nous constatons que la critique, peu importe la forme qu'elle prend, est un élément essentiel dans le processus d'aide à la décision. Le Guide Michelin, considéré par beaucoup, comme étant la bible de la gastronomie ; a longtemps tenu le monopole de la critique. Toutefois, nous prenons désormais conscience, que l'offre du *Guide Michelin* trouve concurrence : au travers d'autres guides, de plateformes internet, de réseaux sociaux. Les informations en devenant nombreuses et plus facilement accessibles, ont agrandi le cercle des dispositifs de jugement.

Malgré un accès à la notoriété et une offre d'aide à la décision de plus en plus importantes, le *Guide Michelin* semble tenir le coup, et ne rien lâcher. Son jugement, toujours craint, continue d'être perçu comme le Graal de la récompense... Ces constatations nous ont permis de soulever la problématique suivante :

La persistance de l'intérêt des chefs gastronomiques français pour le Guide Michelin, dans un contexte de pluralité d'accès à la notoriété.

Afin de répondre à la problématique établie précédemment, nous émettons trois hypothèses.

Hypothèse 1 : Le *Guide Michelin* au-delà de la notoriété qu'il confère, apporte une légitimité aux chefs.

Lors de cette hypothèse, nous observerons les effets que le *Guide Michelin* peut apporter à un chef. Au travers de cet apport de notoriété qu'il peut conférer, le *Guide Michelin* permet aussi de les légitimer. Une sorte d'approbation qui dirait tout haut dans le milieu de la gastronomie « *Mon talent et ma personnalité sont reconnus du Guide Michelin* ».

Hypothèse 2 : Le *Guide Michelin* donne un sens à la pratique.

Nous tenterons de démontrer que subséquentement aux distinctions attribuées par le Guide Michelin, la réelle volonté de la critique est d'encourager et de sanctionner les chefs dans leur vision de la gastronomie. Nous mettrons également en avant le fait, qu'au-delà de ces notions d'encouragements et de sanctions, le *Guide Michelin* permet d'unir sous de mêmes étoiles, des visions de la gastronomie commune.

Hypothèse 3 : Le *Guide Michelin* est intimement associé à la gastronomie française.

Ici, notre ambition est d'éclaircir le positionnement que le *Guide Michelin* possède dans l'esprit des chefs français. Nous étudierons l'histoire et l'internationalisation du groupe, deux facteurs importants qui lui auront permis d'asseoir sa renommée en tant que « *référence mondiale de la gastronomie française* ».

CHAPITRE 4. LE GUIDE MICHELIN AU-DELA DE LA NOTORIETE QU'IL CONFERE, APPORTE UNE LEGITIMITE AUX CHEFS.

« C'est un vrai paradoxe. On a besoin des guides. Pour leur regard extérieur, pour leur indépendance, pour la mise en valeur des tables de qualité, quelles qu'elles soient. »¹⁵ Au travers de ce chapitre, nous souhaitons observer la portée que le *Guide Michelin* peut avoir face à de nouvelles formes de notoriété naissante. Il offre aux chefs français et étrangers, une légitimité forte et une reconnaissance professionnelle indéniable. Toutefois, nous nous interrogeons sur l'importance qui lui est accordé dans un contexte où la réputation est susceptible de se construire au travers d'autres canaux.

1. Qu'est-ce que la notoriété ?

1.1 Définition

Selon le Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales (CNRTL)¹⁶, la notoriété est définie comme possédant un caractère avantageusement connu. Le dictionnaire Larousse¹⁷, lui, définit la notoriété comme étant « *connu d'un grand nombre de personnes* ». La notoriété est un terme qui, souvent, semble s'associer à des synonymes tels que la renommée, ou bien la réputation.

Selon Jean-Samuel Beuscart (et al, 2015, p. 6-7), cette notion naît de plusieurs dynamiques à savoir principalement :

- « *L'extension du domaine de la notation, de l'évaluation chiffrée et publique.* »
- « *Le développement des usages d'Internet, et plus particulièrement à la multiplication des prises de paroles des internautes depuis les années 2000*»

¹⁵ Le cœur des chefs. *Guide Michelin or not Guide ?* [En ligne] Disponible sur <https://lecoeurdeschefs.com/guide-michelin-or-not-guide/>. (Consulté le 10/12/2021)

¹⁶ CNRTL [En ligne] Disponible sur <https://www.cnrtl.fr/definition/notori%C3%A9t%C3%A9> (Consulté le 02/02/2022)

¹⁷ Dictionnaire Larousse. [En ligne] Disponible sur <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/notori%C3%A9t%C3%A9/55072>. (Consulté le 02/02/2022)

Toujours selon ces mêmes auteurs :

« Les réputations sont soutenues par différents types de médiation, que ces dernières prennent la forme de réseaux personnels ou d'appareillages plus formalisés (classement, notes, chiffres, indices...). »

Nous pouvons donc comprendre, que la notoriété peut s'acquérir de diverses manières. Nous retrouverons bien entendu, les nouvelles formes de dispositifs de jugement (les réseaux sociaux, les plateformes d'avis, les blogs) mais également les guides, tels que celui du Guide Michelin.

1.2 L'apport de notoriété par le Guide Michelin

1.2.1. Sur le restaurant

Le Guide apporte de nombreux avantages aux chefs étoilés, notamment une notoriété forte. Si son monopole fut remis en question par l'arrivée d'une concurrence accrue, il n'en reste pas moins que son fonctionnement basé sur une sélection élitiste reste, encore aujourd'hui, une référence dans le monde de la gastronomie. Nous présenterons ici, deux variantes, qui finalement découlent l'une de l'autre.

L'inscription d'un établissement dans le célèbre Guide Rouge, représente aux yeux du consommateur, l'apport d'une information dite technique. Il est possible de retrouver dans le cicérone des instructions telles que : l'adresse, les jours d'ouverture et à contrario les périodes de fermetures, les prix pratiqués ; pour n'en citer que quelques-uns. C'est *« une sorte de publicité informative pour le restaurant »* (Chossat, 2003, p. 34).

Naturellement, cette inscription au *Guide Michelin* permet d'informer sa clientèle, adepte de ses jugements, qui ne pourra alors qu'aspirer à l'essai de cette nouvelle table reconnue. Le référencement du restaurant permet donc à ce dernier de bénéficier de l'apport d'une nouvelle clientèle : celle du Guide Michelin.

Au-delà d'une nouvelle clientèle, c'est un apport économique qu'il faut percevoir. En effet, le gain d'une étoile au Guide Michelin, engendrerait une hausse du chiffre d'affaires :

« Ça m'amène 20 % de chiffre d'affaires supplémentaires »

(Mr. X, propriétaire et chef 1*, France, extrait de l'entretien du 4 mars 2022, cf. ANNEXE E, p.96).

1.2.2. Sur les professionnels

Si les étoiles Michelin regroupent de nombreux établissements à travers le monde entier, il n'en demeure que le cercle est fermé, voire privatif. Le club des étoilés est le reflet d'une exigence et d'une excellence sans faille. « *Travailler dans un restaurant étoilé est un avantage pour le CV des employés.* »¹⁸. Le Guide Michelin octroie alors, à tous ceux qui auraient travaillé dans un restaurant récompensé, une ligne non-négligeable sur le curriculum vitae.

En suivant cette logique, nous nous doutons que l'arrivée d'une étoile pour un chef est une réelle consécration, un véritable Graal. Selon Karpik (2000, p. 13), le Guide Michelin occupe « *une position stratégique dans l'ascension de la gastronomie au sein de la société française* » ; et Frédéric Zancanaro reprend cette notion, en l'approfondissant : le Guide Michelin permet également « *l'ascension sociale des chefs* » et « *la construction des temples gastronomiques* » (2019, p.162).

« On te regarde différemment si tu as une étoile ou pas d'étoiles [...] t'es considéré différemment »

(Mr. Y, chef 1*, France, extrait de l'entretien du 1^{er} avril 2022, cf. ANNEXE F, p.112)

Il semblerait dès lors, que le Guide Michelin offre à ses chefs, une place dans ce monde, un nom et par-dessus tout, l'appartenance à une communauté.

¹⁸ Atabula. Le Guide Michelin fait-il toujours rêver la nouvelle génération de chefs ? [En ligne] Disponible sur <https://tinyurl.com/2p8rksmt> (Consulté le 08/03/2022)

1.2.3. Les limites

Au début, comme pour le monde du cinéma, on rêve de renommée, de célébrité. Et puis vient le temps où cette notoriété oppresse. Ici, nous évoquerons succinctement, mais principalement, le décès d'un chef triplement étoilé : Bernard Loiseau.

Le chef décroche ses trois étoiles en moins de 15 ans, sans compter les nombreux prix qui lui seront décernés entre 1977 et 2002. Non seulement, il bénéficie d'une notoriété à l'échelle nationale, mais également par de-là les frontières : il apparaîtra en première page du New-York Times le 8 juillet 1991.¹⁹

2003. Une rumeur est lancée, le Guide Michelin, après concertation, aurait finalement décidé de retirer sa troisième étoile à Bernard Loiseau. 2003. Annonce du décès brutal et imprévisible du célèbre chef. En effet, ne supportant pas cette intention de rétrogradation, Bernard Loiseau aurait fait le choix, de mettre fin à ses jours. Toujours en 2003, Bernard Loiseau devient le symbole de cette même communauté dont nous parlions précédemment. Les langues se délient : la pression des étoiles, infligée aux chefs est beaucoup trop grande (Hugol-Gential, Michon, 2020, p. 36). Quelques années plus tard, sa femme, Dominique Loiseau, revient sur cette affaire. Elle ne remet pas spécifiquement le *Guide Michelin* en cause, mais dénonce toutefois la pression médiatique engendrée par la notoriété (2020, p.39).

2. Et qu'est-ce que la légitimité ?

2.1.Définition

Étymologiquement, le terme légitimité provient du latin « *legitimus* » qui signifie fixer par les lois ou bien conformes aux lois. Le dictionnaire des notions philosophiques définit également la légitimité comme étant « *conforme non seulement aux lois, mais aussi à la morale, à la raison* » (Bouquet, 2014, p.14). La

¹⁹ Wikipédia. *Bernard Loiseau*. [En ligne] Disponible sur https://fr.wikipedia.org/wiki/Bernard_Loiseau. (Consulté le 10/03/2022).

légitimité consiste à faire accepter sa domination ou son autorité sur les membres d'une communauté ou d'une société.

Tableau 3 - Les différentes formes de domination par Max Weber²⁰

La domination « rationnelle légale »	<i>« La légitimité vient du respect de la loi et repose sur la croyance en la légalité des règlements arrêtés et du droit de donner des directives. »</i>
La domination « traditionnelle »	<i>« La légitimité vient alors de l'existence et de la régularité de coutumes et de tradition qui donne au détenteur de l'autorité un pouvoir que lui confèrent l'histoire, la culture de l'organisation et de ses membres. »</i>
La domination « charismatique »	<i>« Le charisme au sens de Max Weber désigne une qualité considérée comme extra-quotidienne au nom de laquelle une personnalité est regardée comme un « chef ». Le charisme est donc fondé sur une relation sociale entre un porteur de charisme et des fidèles qui croient au charisme. »</i>

Nous pensons ici, que la légitimité pratiquée par le Guide Michelin, est influencée par une domination charismatique. Les relations qu'entretiennent le charismatique et les adeptes créés une relation de confiance, et une cohésion « *liée à l'attachement personnel* » envers le chef. Toutefois, si une rupture dans la confiance venait à émerger, le pouvoir et plus largement, la légitimité qui était jusqu'ici octroyée, deviendrait facilement contestable et renversable.²¹

2.2. Pourquoi le *Guide Michelin* est-il légitime ?

Premièrement, au fil de nos lectures, nous constatons que beaucoup d'auteurs se rallient sous un même point : l'histoire est un élément clé de la réussite du Guide Michelin. Frédéric Zancanaro (2019, p. 160) avançait que la légitimité du Guide

²⁰ Laporte Cyril. *Sociologie des organisations*. Cours de Master 1 MHR, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2022.

²¹ RSE Magazine. *Max Weber et la légitimité du pouvoir*. [En ligne] Disponible sur <https://tinyurl.com/2fvd2zyj> Consulté le 17/03/2022)

était probablement due à sa longue histoire et à son expérience quant à la critique (qui rappelons-le fût technique, touristique puis gastronomique). Il faudrait voir au travers de la pérennité du Guide, le gage de son efficacité (Chossat, 2003, p.29).

Deuxièmement, la légitimité du *Guide Michelin* dépend fortement de leurs inspecteurs. Il est certain que la notion d'expertise que les experts peuvent apporter, compte pour les chefs étoilés :

« Les restaurants étoilés au nom de la complexité de leur produit, digne seulement d'être évalué publiquement par des experts reconnus au sein d'un univers de goût cohérent » (Beauvisage et al, 2013, p. 152)

Selon eux, parce que les inspecteurs du *Guide Michelin* sont des personnes issues du milieu de la restauration, leur avis est davantage influent et véridique ; peut-être même plus objectifs que ne pourraient l'être ceux des consommateurs.

Enfin, leur légitimité dépend de leur clientèle, et de la confiance qu'ils lui accordent. Les clients du *Guide Michelin* peuvent écrire à ce dernier afin de leur faire part de leur satisfaction ou de leur insatisfaction. *« La confiance du public se construit aussi par la manière dont les dénonciations ou les recommandations qu'il effectue sont prises en compte par les guides »* (Bonnet, 2004, p. 152). C'est ensuite au Guide d'agir pour « fidéliser » sa propre clientèle, adepte de grande table.

2.3. La remise en cause de leur légitimité

2.3.1. Comment est-elle née ?

La critique gastronomique française est à son apogée lorsqu'elle détermine clairement les enjeux de la « *Nouvelle Cuisine* », une cuisine de santé dont l'objectif n'est pas seulement la perte de poids, mais bien l'équilibre de la personne dans son intégralité (Lazareff, 1998, p.40).

Toutefois, la critique essuiera quelques années plus tard, les déboires de la guerre d'Irak. La France ayant voulu prendre ses distances face à cette guerre (2003) qui opposait les États-Unis et l'Irak, se voit contraint d'encaisser une « *sensibilité anti-française* » de la part des Américains (Neirinck, Poulain, 2004, p. 147). Arthur Lubow, journaliste et critique du New York Times, écrivait en 2003, « *La cuisine française roupille, pendant que la cuisine espagnole décolle* ». En effet, en France, la cuisine est d'un calme plat, tandis que par-delà nos frontières, Ferran Adrià est pointé du doigt pour sa cuisine moléculaire.

Viens ensuite en 2004, le classement des meilleurs restaurants du monde originaire du Royaume-Uni : la France n'arrive qu'en quatrième position avec Joël Robuchon. De nombreuses variables auraient pu être contestées sur ce classement : beaucoup d'anglo-saxons étaient membres du jury, puis treize établissements anglais ont été récompensés. Les restaurants gastronomiques de palace, trop souvent sous notés, avaient été pris en compte... Cependant, ils n'étaient pas situés dans les pays où l'hôtellerie de palace était la plus présente. Les Japonais étaient absents du classement, comme d'ailleurs, beaucoup d'Européens (Neirinck, Poulain, 2004, p. 146).

Et malgré cela, la France, pourtant pays de la gastronomie, et précurseur dans la critique, ne réagit pas. À partir de cet instant, les guides français acceptent de sous-entendre qu'il y a en effet un malaise, « *une crise de la critique, et une crise de la créativité culinaire* » (Neirinck, Poulain, 2004, p. 150). Alors où a bien pu passer la critique française ?

Celle-ci s'est tout simplement effacée lors du décès de Bernard Loiseau en 2003. Le *Guide Michelin* qui était alors montré du doigt, n'arrivait plus à se défendre. Les critiques gastronomiques sont en quelque sorte devenues à ce moment-là des « *gestionnaires du patrimoine gastronomiques français* » (Neirinck, Poulain, 2004, p. 150).

2.3.2. ...Preuve à l'appui

Lorsque le *Guide Michelin* subit une remise en cause, nous parlons d'une « *crise de légitimité* » (Bouquet, 2014, p. 22). Nous sommes dans une ère où la transparence est un facteur essentiel : les consommateurs veulent savoir et veulent apprendre ; les chefs ouvrent, au sens littéral du terme, leur cuisine ; leur médiatisation est de plus en plus forte. Les reproches qui sont alors fait au *Guide Michelin* portent sur ce manque de transparence, concernant les procédures, les pratiques faites, le classement en place (Hugol-Gential, Michon, 2020, p.44). La réalité des choses est aujourd'hui plus fragile qu'à une époque, les personnes ont besoin d'être rassurées et convaincues, et la seule réponse du *Guide Michelin* devrait être d'asseoir sa légitimité en apportant des preuves de celles-ci (Bouquet, 2014, p.22).

Ces dernières années, cette remise en cause fut fortement médiatisée ; notamment avec les chefs triplement étoilé Sébastien Bras et Marc Veyrat. Sébastien Bras, avait souhaité rendre ses trois étoiles au Guide Michelin, pourtant longtemps maintenues dans la maison familiale, afin de travailler sur une cuisine plus identitaire. Cependant, le *Guide Michelin* fut en désaccord avec cette démarche, car il estimait que les chefs n'avaient aucune légitimité à rendre leurs étoiles. Ce sont eux qui donnent... Mais ce sont également eux qui reprennent. Résultat, un an plus tard, le *Guide Michelin* avait réévalué Sébastien Bras, et en guise d'appui de leur pouvoir, lui avait retiré sa troisième étoile. Marc Veyrat lui, s'était vue retirée sa troisième étoile seulement après un an d'obtention. Il avait alors entamé des poursuites en justice avant de perdre son procès contre le Guide Michelin.²²

« *La légitimité du Michelin, normalement elle est juste d'accompagner les chefs et de les mettre en avant... Heu, pas de leur mettre une panse. »*

((Mr. Y, chef 1*, France, extrait de l'entretien du 1^{er} avril 2022, cf. ANNEXE F, p.113)

²² Le Monde. *Le chef Marc Veyrat perd le procès intenté contre le Guide Michelin après la perte de sa troisième étoile.* [En ligne] Disponible sur <https://urlz.fr/hKjg> (Consulté le 10/03/2022)

On constate ici, que les nombreuses contestations à l'égard du Michelin, ont amené de nombreux chefs à repenser le travail effectué par celui-ci. Cette crise de légitimité soulève souvent, incompréhension, et remise en question dans le cœur de notre profession.



Au travers de ce chapitre, nous avons pu étudier deux variables, celle de la notoriété et celle de la légitimité. Le *Guide Michelin* représente un des accès à la notoriété pour les chefs ; toutefois, il n'est pas le seul. Les développements d'émissions culinaires, de plateformes Internet et de réseaux sociaux sont des moyens pour les chefs de se mettre en lumière, eux, leurs établissements et leurs cuisines (*Lignac, Etchebest, Grolet, etc.*) Certes l'accès à la notoriété est multiple. Cependant, le fait de voir son travail légitimé par une instance supérieure et reconnue, ne l'est pas. Malgré des remises en cause plurielles quant à sa légitimité, le *Guide Michelin* continue d'asseoir ses jugements, et d'exercer une pression forte sur la reconnaissance de nos chefs gastronomiques français.

CHAPITRE 5. LE GUIDE MICHELIN DONNE UN SENS À LA PRATIQUE

Le principe même de la critique gastronomique, et donc du Guide Michelin, est de porter un jugement sur les établissements inspectés. Même si les avis d'inspecteurs restent portés par une once de subtilité, il n'en reste pas moins décisif. Tandis que l'avis favorable est d'une certaine manière un encouragement, l'avis défavorable, lui, est une sanction irrévocable. Au-delà de ces notions, les distinctions qui sont attribuées aux chefs et leurs établissements permettent de créer un sentiment d'appartenance, les reliant ainsi sous une même étoile, et parfois même sous des manières équivalentes de voir le monde.

« Placés à l'interface des professionnels de la gastronomie et du marché, ils ont la lourde tâche de donner du sens au travail des premiers. » (Neirinck, Poulain, 2004, p.150)

1. Entre encouragements et sanctions

1.1 Leur vision de la gastronomie

« Le Guide construit une grille de lecture de la qualité gastronomique et en déduit les conséquences pratiques par l'édition de sa population de référence ». Lors de la construction de leur grille de notation, le *Guide Michelin* se positionne en tant qu'institution experte, dont l'accomplissement est la mise en lumière de ce que pourrait être la gastronomie (Chossat, 2003, p.31).

Parmi les reproches qui ont longtemps été fait au Guide Michelin, celui d'une vision conservatrice, voire ancienne ressort régulièrement. En effet, le célèbre guide, décernerait ses étoiles selon une grille gastronomique régie par la cuisine d'Auguste Escoffier. Une cuisine traditionnelle, classique et soignée. Or, les générations actuelles entendent faire évoluer la grande cuisine, ce qui ne sonne

pas en corrélation avec l'image de la gastronomie que le *Guide Michelin* se fait (Hugol-Gential, Michon, 2020, p. 43).

Ce principe fut parfaitement illustré lors de la médiatisation autour de la polémique de Sébastien Bras. Comme nous l'avions évoqué précédemment, le chef trois étoiles au Guide Michelin, avait en 2017, fait le choix de renoncer à ses récompenses, afin de retrouver un semblant de liberté dans sa manière de produire. Le célèbre Guide Rouge mécontent de ce retournement de situation, réévalue l'année suivante, le chef Bras à deux étoiles. Il revendique en quelque sorte son droit de jugement sur les tables sélectionnées, comme un journaliste pourrait revendiquer sa liberté d'expression.²³

1.2 Des encouragements...

Être récompensé d'une étoile au *Guide Michelin* est un synonyme de grande gastronomie, de luxe, qui pourrait dire « *ici est produit une cuisine inégalable, une cuisine de qualité* ». Il faut voir en l'attribution des distinctions, un encouragement porté aux chefs quant à leur démarche, et à leur production. Elles les amènent à se surpasser à chaque instant, et à donner le meilleur de leur personne.

« *Continuez comme ça, vous êtes dans la bonne voie [...], les inspecteurs sont passés, tout va bien.* »

(Mr. Z, chef 1*, France, extrait de l'entretien du 6 avril 2022, cf. ANNEXE G, p.127)

Les distinctions représentent également un moyen de libérer la créativité des chefs qui oseront davantage. Il est fort probable qu'un chef se hasarde à de nouvelles cuissons, de nouvelles techniques ou bien de nouvelles associations, qui en dehors d'une clientèle fidèle au Guide Michelin, seraient difficilement acceptées. L'exemple a longtemps été fait sur la cuisson du saumon : l'acceptation d'un poisson rosé était plus simple au sein d'un établissement gastronomique, elle était conclue comme étant « voulue ».

²³ Le cœur des chefs. *Le Guide Michelin reprend sa liberté*. [En ligne] Disponible sur <https://lecoeurdeschefs.com/le-guide-michelin-reprend-sa-liberte/>. (Consulté le 18/12/2021).

1.3 ...Mais aussi des sanctions

De manière assez générale, le *Guide Michelin* à la distribution de ses distinctions, joue un rôle de relégation (Karpik, 2007, p.114) :

« La confiance de l'utilisateur est ici fondamentale dans la mesure où la décision n'est jamais explicitement justifiée, qu'elle est sans appel, et qu'elle conduit à faire basculer dans le néant, les 9/10 des restaurants français, sauf interventions des autres guides et/ou des réseaux locaux. »

En quelques mots, en ne sélectionnant qu'un dixième des restaurants français, le *Guide Michelin* s'engage à promouvoir et à encourager leur cuisine ; aux détriments des neuf autres dixièmes, qui eux sont pénalisés et sanctionnés.

Nous nous recentrons désormais, sur les sanctions portées à l'encontre des membres du Guide Michelin. Comme nous avons pu le voir précédemment, lorsque la cuisine produite par les chefs, ne correspond plus à l'image que le *Guide Michelin* se fait de la gastronomie, la sanction est irréversible. Cela revient à dire aux chefs *« ce que vous produisez ne me convient pas »*.

Malheureusement, ces condamnations peuvent s'avérer douloureuses voire dramatique.

« Alors à savoir que quand je le perds, y a un truc, y a une notion qui doit être à peu près commune à tous ceux qui l'ont eu et l'ont perdu. Ça me met dans un état de déprime, complet, pendant 6 mois. [...] Je trouvais que j'étais nul, que je cuisinai mal, que je savais rien faire, et j'en passe des meilleurs. Et donc, bah, c'est un moment difficile. »

(Mr. X, propriétaire et chef 1*, France, extrait de l'entretien du 4 mars 2022, cf.

ANNEXE E, p.96)

Marc Veyrat, lors de la perte de sa troisième étoile, demande des justifications, et tente d'obtenir gain de cause. Une affaire cruelle avec le Guide Michelin, qui l'amène quelques mois plus tard, à avouer avoir songé au pire. Et si Marc Veyrat, concède y avoir penser comme probablement beaucoup de chefs, d'autres sont passés à l'acte : Bernard Loiseau (2003), Benoit Violier (2016), Marcel Keff (2021) ... Pour ne citer que les plus médiatisés.

2. Identification et valorisation

2.1.Reconnaissance entre les pairs

Le Guide Michelin, en attribuant ses distinctions à travers le monde, apporte une forme de reconnaissance et de légitimité aux chefs. Si les étoiles jouent un rôle d'identification entre chefs, les avis émis par le Guide Michelin, permettent de les lier sous de mêmes mouvements culinaires.

En effet, nous pourrions dans un premier temps évoquer le mouvement de la nouvelle cuisine, paru dans les années 70 et 80. Le but était alors de rendre des plats traditionnels, plus légers, et plus sains. Si le Gault & Millau a permis de mettre des mots sur cette nouvelle forme de cuisine (les dix commandements, cf. ANNEXE D, p.93), le *Guide Michelin* a rapidement permis d'identifier qui en était les précurseurs : Michel Guérard, Paul Bocuse, les frères Troisgros, Alain Senderens... Des chefs certes, mais surtout des légendes de la gastronomie française. Puis dans un second temps, le mouvement de la cuisine moléculaire qui réunissait sous une même coupole, dans les années 2000, les chefs Ferran Adrià (espagnol), Heston Blumenthal (britannique), Pierre Gagnaire (français)...

2.2.Sous de mêmes engagements

De nos jours, les chefs peuvent faire appel à de nombreux canaux afin de revendiquer leurs engagements et leurs croyances. Nous prendrons notamment appui sur le chef trois étoiles de La Rochelle, Christopher Coutanceau, qui utilise aujourd'hui tous les moyens nécessaires pour faire entendre sa vision d'une

pêche et d'une cuisine, durable. En effet, Christopher Coutanceau, chef trois étoiles depuis 2020, et étoilé vert depuis 2021 utilise :

- La littérature : avec la parution en 2018 de « *Christopher Coutanceau, cuisinier-pêcheur* » et en 2021 « *Les saisons de l'océan* ».
- Les réseaux sociaux : notamment sur la plateforme Instagram.
- La télévision : il passe en 2020 sur le tournage de Top Chef, où il impose de « *cuisinier un poisson, de la tête à la queue* » (Olivier, 2020, p.95).

Au-delà des engagements revendiqués sur les réseaux sociaux, le *Guide Michelin* est souvent un moyen de consolider et légitimer un engagement fort.

C'est notamment le cas avec la création de l'étoile verte. Le *Guide Michelin* l'a créé afin de promouvoir et de mettre à la carte une notion de durabilité ; les inspecteurs tiennent alors compte : des déchets alimentaires, de l'utilisation d'ingrédients locaux et de saison, de l'empreinte écologique, du traitement et recyclage des déchets généraux, et d'une gestion durable. ²⁴ Un mouvement récompensé par 87 étoiles vertes en France, et 359 autres dans le monde entier (Cf. ANNEXE C, p.92).

²⁴ Guide Michelin. *Qu'est-ce que l'étoile verte Michelin, et comment l'obtenir ?* [En ligne] Disponible sur <https://urlz.fr/hKse>. (Consulté le 6/03/2022)



En conclusion de ce chapitre, nous arrivons désormais à cerner toute la portée du *Guide Michelin* quant à l'attribution de ses distinctions. Une vision de la gastronomie arrêtée, et puis des encouragements ou bien des sanctions. Ce système d'inscription-radiation est un moyen pour les chefs, de se sentir dans la lignée (*ou non*) de ce qu'attend le Guide Michelin. Enfin, le célèbre Guide Rouge joue un rôle de fédérateur sur le monde de la gastronomie ; il permet d'attribuer reconnaissance et légitimité aux chefs récompensés. L'identification de leur cuisine et de leurs engagements donne la capacité au Guide Michelin, d'orienter leurs clients vers des propos qui leur correspondront au mieux (*une cuisine responsable, durable, moléculaire...*).²⁵ Ces démarches, entreprises par le Guide Michelin, permettent donc de donner un sens à la pratique occasionnée par les chefs, en légitimant leurs actions et en les identifiant à des mouvements.

²⁵Atabula. *Le Guide Michelin fait-il toujours rêver la nouvelle génération de chefs ?* [En ligne] Disponible sur <https://tinyurl.com/2p8rksmt> (Consulté le 8/03/2022)

CHAPITRE 6. LE GUIDE MICHELIN EST ASSOCIE A LA GASTRONOMIE FRANÇAISE

Comme nous avons pu le constater lors de notre première partie, Jean-Pierre Poulain avance l'idée que, la gastronomie repose sur le fait qu'il existe une bonne manière de se nourrir. Elle peut être définie comme « *l'esthétisation de la cuisine et des manières de la table* » (Mathé et al, 2009, p. 46). Selon Neirinck et Poulain (2004, p. 151), la créativité gastronomique dépend de trois variables :

Figure 5 - La créativité gastronomique



Source 1 : Neirinck & Poulain, 2004

La critique dans cette schématisation joue un rôle de médiateur ; elle donne un sens aux créations, elle contribue à façonner les chefs de demain. La critique occupe une place prédominante dans le monde de la gastronomie, sans elle, « *le marché des singularités ne pourrait exister.* » (Karpik, 2007, p. 66)

1. Historiquement liés

1.1 Première critique

Le *Guide Michelin* n'a pas toujours été reconnu pour son jugement. Il était avant tout un guide technique, dans lequel tout un chacun pouvait retrouver conseils et explications quant à l'utilisation de l'automobile. Le but premier des frères Michelin

avait alors été de réduire l'inconnu des routes, d'accompagner et de favoriser le développement de l'automobile ; tout en réduisant, par conséquent la part de dépendance que les consommateurs accordés à la société ferroviaire. Dès ses débuts, le Michelin a fonctionné. Aucun individu n'avait osé remettre en cause la parole de celui qui permettait de réduire l'insécurité des routes. C'est avec une parole incontestée et l'appui de ses consommateurs que le Michelin bâtit une relation de confiance.

S'en poursuit l'histoire : le Michelin devient un guide touristique. Il met davantage en avant les curiosités, les sites et les monuments des villes, et octroie de moins en moins de place aux aspects techniques pour se focaliser sur l'être humain (Karpik, 2000, p. 8-9). Les premières critiques commencent à apparaître, le Michelin diffuserait visiblement, une information arbitraire. Cependant, son ancienneté et son prestige permettent au Michelin d'asseoir davantage leur autorité dans le milieu de la critique.

Enfin, le Michelin devient le Guide Michelin, tel que nous le connaissons aujourd'hui. Il subit une nouvelle mutation afin de se concentrer sur les restaurants. Il fallait, à l'époque résoudre la problématique suivante : « *Comment faire un choix raisonné entre des établissements nombreux, très variés, qui s'inscrivent dans des univers partiellement incommensurables ?* » (Karpik, 2000, p.11). En 1933, le *Guide Michelin* devient alors, le premier dispositif de jugement à aiguiller les gastronomes dans cette pluralité de restaurants.

Tableau 4 - Classement de l'apparition des guides gastronomiques

Nom du Guide	Date de première apparition
Le Guide Michelin	1933
Le Petit Paumé	1968
Le Gault & Millau	1972
Le Petit Futé	1976
Le Guide Hubert	1979
Le Bottin Gourmand	1981
Le Guide Champérard	1986
Le Guide Lebey	1987
Le Pudlo	1990
Fooding	2000

Que le *Guide Michelin* ai été le premier guide gastronomique, c'est une chose. Qu'il est eu le monopole du marché pendant plus de 30 voire 40 ans, en est une autre. Nous pouvons donc en conclure que cette notion d'exclusivité instaure peu à peu sa position en tant que leader de la critique gastronomique française.

1.2 Définition des critères de notation

Très tôt, le *Guide Michelin* est reconnu comme étant une autorité gastronomique (Karpik, 2000, p.13). Au-delà de la notoriété et du respect apportés par les consommateurs, le *Guide Michelin* est également intimement associé à la gastronomie de par la définition qu'il en fait. En effet, ce sont les membres du *Guide Michelin* qui délimitent les critères de ce qu'est une table gastronomique.

La première dimension pour la grille de notation, est purement gastronomique ; ce sont des critères reposant sur la technique, le goût, les saveurs, et les associations faites. Vient ensuite une dimension plus large où les variables telles que l'ambiance, le décor et le lieu rentrent en compte (Bonnet, 2004, p. 141). Si les grilles tentent de définir des critères de notation, elles interviennent aussi dans le but de définir ce que la gastronomie peut faire ou ne pas faire. Les critères sont généralement référencés dans le sens de la visite des inspecteurs, c'est-à-dire comment est l'accueil téléphonique ? Comment est l'aspect extérieur de l'établissement ? Comment est la décoration, l'ambiance, la salle de restaurant ? Est-ce que le service correspond aux critères du *Guide Michelin* ? (Bonnet, 2004, p. 142).

« En réalité, par l'élaboration de sa convention de qualité, l'expert détermine ce qui est gastronomique et dresse une liste des cuisiniers offrant des prestations de ce haut niveau de qualité. » (Chossat, 2003, p.31)

Enfin, en délimitant l'ensemble de ces critères, le *Guide Michelin* devient un guide au pouvoir de décision sélectif, il contribue peu à peu à la mise en concurrence des restaurants gastronomiques et d'autres établissements. Pour ainsi dire, le *Guide Michelin* marque l'entrée de la gastronomie dans un mode de consommation très élitiste où les produits devront être de qualités ; les connaissances, accrues ; et les prix pratiqués, élevés (Beauvisage et al, 2014, p.169).

2. Une ouverture à l'internationale

Si nous faisons le choix de traiter ici de l'internationalisation du Guide Michelin, c'est parce que celui-ci, au cours de ces dernières années, est devenu un réel symbole de la gastronomie française à travers le monde.

2.1.Ambassadeurs

Nous l'avions vu précédemment, et nous le rappelons ici : la notoriété d'un chef peut être construite de bien des manières. L'inscription dans un guide, et en l'occurrence au sein du Guide Michelin, est un atout non-négligeable. S'il apporte souvent à nos chefs, son lot de doutes, le *Guide Michelin* joue également un rôle propulseur dans le lancement d'une carrière et dans la reconnaissance attribuée par les pairs.

Le *Guide Michelin* construit donc la réputation d'un chef. Cependant, l'inverse ne fonctionnerait-il pas également ? Les chefs français, ne deviendraient-ils pas des ambassadeurs du *Guide Michelin* ?

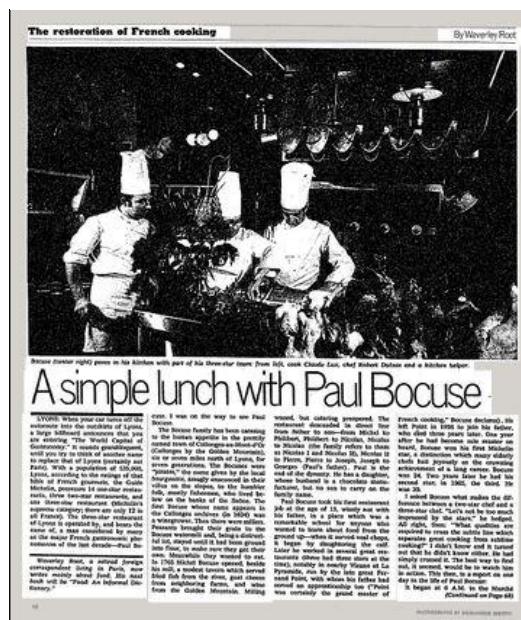
Leurs cuisines, et leurs personnalités, sont reconnues dans le monde entier. Leurs savoir-faire et leurs techniques n'ont plus besoin de faire leur preuve. Leur excellence, elle, est souvent récompensée par des étoiles... Attribuées par le

Guide Michelin. Ainsi, à de nombreuses reprises, les chefs intriguent les plus grands journaux... Par-delà les frontières²⁶ :

Figure 6 - *So much more than food to a chef's dream. New York Times*



Figure 7- *A simple lunch with Paul Bocuse. New York Times*



Les plus grands chefs français rayonnent donc à l'étranger sous les étoiles scintillantes du Guide Michelin. Ils sont les porteurs d'une image, celle de la gastronomie française.

2.2.À l'étranger

Dès ses premières années d'existence, le *Guide Michelin* s'étend à l'échelle européenne, un développement facilité par le partage d'une même culture. Toutefois, ce n'est qu'au XXI^{ème} siècle que le *Guide Michelin* franchit les océans. Avec ses modèles d'internationalisation, le *Guide Michelin* aurait joué « *un rôle d'entrepreneur institutionnel dans l'extension des standards gastronomiques français* » (Drucker-Godard et al, 2011, p. 55).

²⁶ New York Times. *So much more than food to a chef's dream*. [En ligne] Disponible sur <https://tinyurl.com/2p8hsf9v> (Consulté le 20/03/2022)

New York Times. *A simple lunch with Paul Bocuse*. [En ligne] Disponible sur <https://tinyurl.com/mr3r6fe2> (Consulté le 20/03/2022)

2.2.1. *Le cas des États-Unis*

Le *Guide Michelin* s'envole pour New-York en 2005. C'est la toute première fois que le célèbre Guide Rouge franchi l'océan Atlantique. L'annonce est faite les six mois précédant la sortie du Guide, et le lancement se fait sous une conférence de presse. Très rapidement, le *Guide Michelin* est critiqué, les Américains le jugent un peu trop Français, ils souhaitent faire entendre à la critique, que la cuisine New-Yorkaise est plus décontractée que la cuisine française. La critique faite par le Guide et ses inspecteurs est également jugée, car d'autres systèmes de critiques gastronomiques sont d'ores et déjà en place : le Guide Zagat et les pages gastronomiques du New York Times.

Toutefois, les semaines passent et les établissements récompensés reconnaissent de plus en plus l'apport bénéfique que le *Guide Michelin* a : une augmentation de la clientèle, une reconnaissance des pairs... Le New York Daily News rapportait en 2005, les paroles suivantes « *Sault Bolton du Restaurant Saul s'est dit extrêmement honoré* » ; « *Je suis ravi, déclare Vongerichten [...] cela compte plus que tout pour moi* » (Drucker-Godard et al, 2011, p. 58).

Les débats s'essouffent dès l'année suivante, les journaux remettent même en cause le Guide Zagat jugé finalement, moins fiable que le Guide Michelin. Son acceptation fut progressive, mais elle est aujourd'hui acquise.

2.2.2. *Le cas du Japon*

L'arrivée du *Guide Michelin* au Japon se fait en 2007. Le ministère du tourisme japonais avait d'ores et déjà voulu mettre en place un classement, mais qui fut catégoriquement rejeté de la part de la profession japonaise. En effet, les Nippons ont du mal à accepter la critique pour de multiples raisons :

« *Une culture des arts de la table, un rôle important du restaurant dans une société où les repas sont majoritairement pris à l'extérieur, une cuisine très différente de la cuisine occidentale, et où il est difficilement acceptable de porter un jugement sur un tiers.* » (Drucker-Godard et al, 2011, p. 59).

Naturellement, lorsque le *Guide Michelin* tente son implantation au Japon, la critique gastronomique, est très rapidement contestée. On reproche aux inspecteurs d'avoir une vision trop occidentale de la cuisine, mais également d'être méconnaisseurs quant aux coutumes locales. Toutefois, les années qui ont suivi, le pays s'est approprié le *Guide Michelin* à tel point que « *l'on peut se demander si le Japon n'a pas reconnu dans le Guide Michelin un produit authentique de sa culture* » (Poullennec, 2011, p.39). En 2008, ce sont plus de cent mille exemplaires vendus en l'espace de 24 heures, et trois cent mille au bout d'un mois.

Il est ensuite identifié par The Japon Times (2007) comme étant « *le fameux Guide Michelin, le guide le plus respecté et le plus craint en Europe* » (Drucker-Godard et al, 2011, p. 61). Son acceptation fut ensuite bien plus simple dans la ville de Kyoto alors considérée comme la ville la plus conservatrice du pays.



Afin de conclure, nous pourrions dire que l'histoire même du *Guide Michelin* et la définition faites de ce qu'est la gastronomie, a facilité l'acceptation de ce guide comme étant la référence de la gastronomie. Son support, apporté à ses ambassadeurs, ainsi que ses démarches d'internationalisation, lui auront finalement permis de devenir la référence mondiale de la gastronomie.

CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE

Lors de cette deuxième partie, nous avons pu consolider les connaissances que nous avons précédemment acquises. Nos approches théoriques, mais également nos entretiens avec des professionnels nous ont permis d'approfondir nos hypothèses, et par conséquent, la réponse à notre problématique.

Premièrement, nous constatons que malgré de multiples accès à la notoriété, le *Guide Michelin* reste un élément fort pour apporter une certaine renommée à nos chefs français. Nous pourrions même aller plus loin, en avançant qu'au-delà d'une renommée bâtie, c'est une reconnaissance inconditionnelle et légitimante que le *Guide Michelin* offre à ses ambassadeurs.

Deuxièmement, nous avons désormais la capacité de comprendre les volontés du *Guide Michelin* quant à l'attribution ou le retrait des étoiles. En effet, au travers des distinctions, le *Guide Michelin* encourage et sanctionne ce que les chefs tentent de refléter de par leur cuisine. C'est également un moyen pour le célèbre Guide Rouge, d'unir des chefs sous de mêmes envies, de mêmes visions, et de mêmes convictions.

Enfin, nous sommes convaincus que le *Guide Michelin* est une entreprise universellement reconnue pour ses liens étroits entretenus avec la gastronomie française. De par son histoire, et de par son ouverture sur le monde, le *Guide Michelin* finit d'asseoir sa position en tant que première critique gastronomique française.

PARTIE 3. METHODOLOGIE ET TERRAIN D'APPLICATION

INTRODUCTION DE LA TROISIEME PARTIE

Lors de notre seconde partie, nous avons tenté de conceptualiser nos hypothèses. Notre travail consistait à apporter toutes les informations susceptibles d'affirmer ou d'infirmer nos hypothèses, tout en ébauchant une première réponse à notre problématique.

Tout au long de ce mémoire, nous avons bâti un socle théorique solide, ce qui nous a permis d'enrichir nos connaissances. Cependant, la mise en place d'un terrain d'application nous semblait être essentielle afin d'analyser toute la réalité que le terrain a à nous offrir.

Tout d'abord, nous étudierons ici, la méthodologie adoptée lors de cette première année de travail de recherche. C'est-à-dire que nous aborderons la méthodologie adoptée, ainsi que la méthodologie terrain que nous avons appliqué. Ensuite, nous rappellerons brièvement qu'elles étaient nos hypothèses afin que nous puissions dresser le terrain d'application envisagé pour chacune d'elles. Enfin, nous développerons la méthodologie probatoire de notre deuxième année de master. Ce sera également l'occasion d'envisager nos perspectives professionnelles pour le stage à effectuer en master 2.

CHAPITRE 7. METHODOLOGIE DE LA PREMIERE ANNEE DE MASTER

Lors de ce chapitre, nous mettrons en évidence la méthodologie de travail utilisée tout au long de la rédaction de notre mémoire.

1. Méthodologie adoptée

1.1. Dates clés

Afin de réaliser notre travail de recherche de manière cohérente et efficace, nous avons dès nos débuts, défini et rédigé un échéancier de travail. Cet échéancier nous aura permis tout au long de cette année de Master 1, de nous en tenir à des objectifs, et de le réaliser.

Dates	Tâches à effectuer	Explications
Septembre / Octobre	<ul style="list-style-type: none">• Débuter le mémoire	<ul style="list-style-type: none">• Trouver un thème et définir une question de départ• Débuter les recherches par des lectures exploratoires
9 novembre 2021	<ul style="list-style-type: none">• Attribution des maîtres de mémoire	
25 novembre 2021	<ul style="list-style-type: none">• Première rencontre avec le maître de mémoire.	<ul style="list-style-type: none">• Présentation de la question de départ.• Échange quant à la fiche intermédiaire à rendre.
09 décembre 2021	<ul style="list-style-type: none">• Deuxième rencontre avec le maître de mémoire.	<ul style="list-style-type: none">• Présentation et échange à propos de la problématique et des hypothèses.
13 décembre 2021	<ul style="list-style-type: none">• Rendu de la fiche intermédiaire et de la fiche dépôt.	
Fin janvier	<ul style="list-style-type: none">• Finir les lectures sélectionnées.	<ul style="list-style-type: none">• Finir de rédiger les fiches de lecture.
Début février	<ul style="list-style-type: none">• Début de la rédaction.	
Mi-février	<ul style="list-style-type: none">• Entretien avec le maître de mémoire.	<ul style="list-style-type: none">• Échange sur l'avancement du mémoire.
Première semaine de Mars	<ul style="list-style-type: none">• Finir la rédaction du mémoire.	<ul style="list-style-type: none">• 80% du mémoire devrait être rédigé.

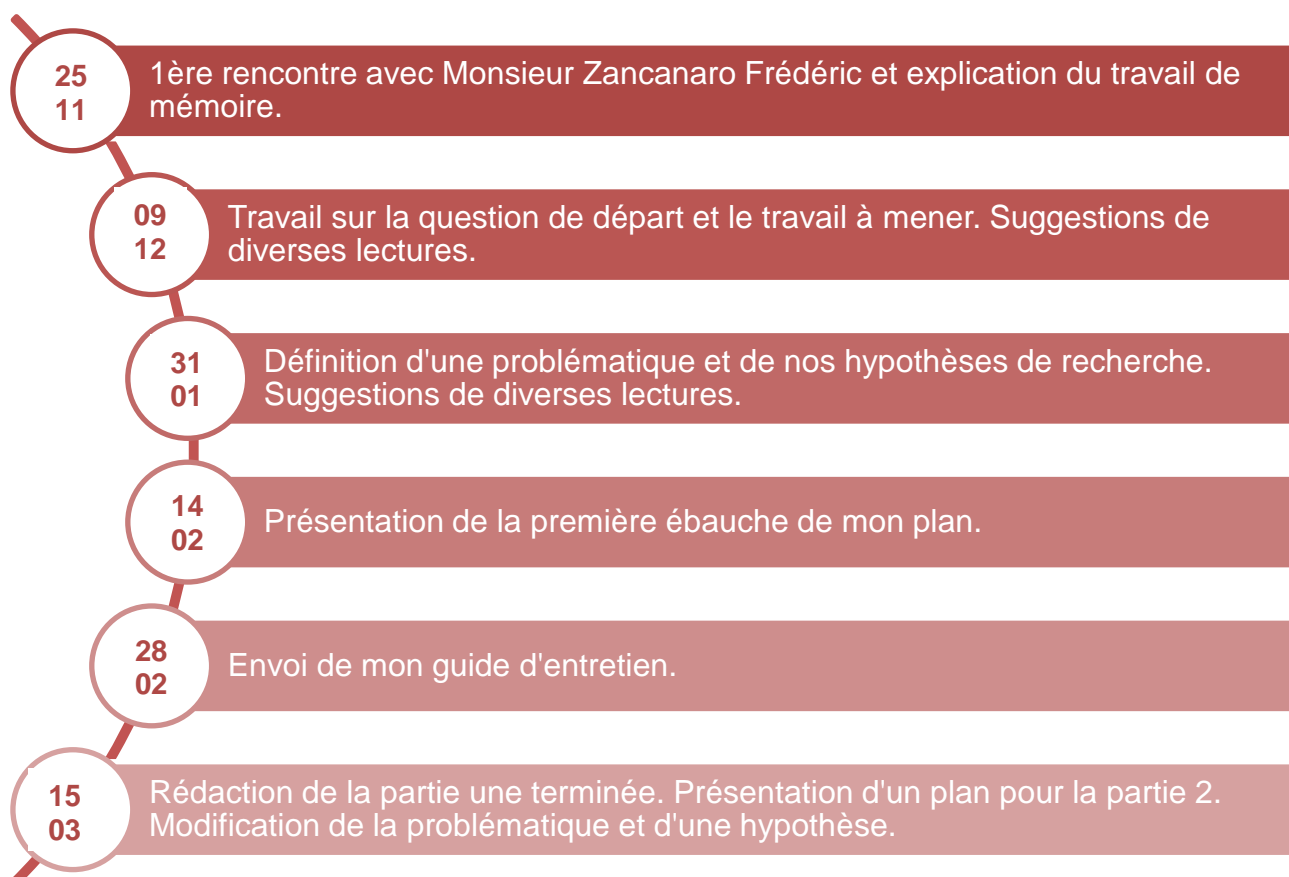
Dates	Tâches à effectuer	Explications
Mi-mars	<ul style="list-style-type: none"> Relecture du mémoire. 	<ul style="list-style-type: none"> Correction, mise en page selon les normes universitaires.
Fin mars	<ul style="list-style-type: none"> Impression du mémoire. Préparation à l'épreuve orale. 	<ul style="list-style-type: none"> Mise en forme du support oral.
11 avril 2022	<ul style="list-style-type: none"> Rendu du mémoire. 	
Semaine du 19 au 22 Avril 2022	<ul style="list-style-type: none"> Soutenance du mémoire. 	

Tableau 5 - Échéancier de travail

1.2.Échanges avec le maître de mémoire

Réaliser un travail de recherche tel que celui-ci représente un travail complexe et laborieux. Il m'a donc fallu tout le soutien et les conseils nécessaires de la part de mon maître de mémoire, Monsieur Frédéric Zancanaro.

Figure 8 - Échanges avec le maître de mémoire



1.3.Récapitulatif de la méthode choisie

Lors de notre première partie, nous avons défini notre thème et notre question de départ, qui rappelés-le étaient respectivement : « *L'intérêt du Guide Michelin pour les chefs gastronomiques français* » et « *Est-ce que la présence dans un guide représente toujours une utilité ?* ». L'envie de traiter cette thématique vient de ma passion pour la gastronomie et de mon admiration envers les grands chefs étoilés.

À la lumière de ce travail, nous avons lu, nous avons recherché, et nous nous sommes renseignés. Nous avons été curieux. Ces éléments nous ont permis de dégager la problématique suivante : « *La persistance de l'intérêt des chefs gastronomiques français pour le Guide Michelin, dans un contexte de pluralité d'accès à la notoriété.* »

Une fois que nous avons établi une problématique, nous avons émis des hypothèses, émanant elles-mêmes de nos lectures. Afin de les étayer, nous avons tout naturellement poursuivi nos lectures, cependant, nous avons également pris appui sur nos entretiens semi-directifs menés auprès de chefs étoilés.

2. Méthodologie « terrain »

Comme nous le savons, la recherche sur le terrain est un travail que l'on développe davantage en Master 2. Toutefois, il nous semblait pertinent pour cette année de mener des entretiens exploratoires. Nous en avons donc réalisé trois ; et leur réponse à chacun, ont ainsi pu nourrir notre réflexion.

2.1.Méthode qualitative

La méthode qualitative permet de mettre « *l'accent sur les effets de situation, les interactions sociales sous contraintes, la place de l'imaginaire ou le jeu des acteurs avec les normes sociales* » (Alami et al, 2013, p.13).

Ainsi, nous avons privilégié l'emploi d'entretiens semi-directifs. Pour les mener à bien, l'élaboration d'un guide d'entretien fut essentielle. Les professionnels interrogés ont ainsi pu nous apporter un œil extérieur, une vision différente concernant notre problématique. Les points abordés étaient :

- le *Guide Michelin* ;
- les notions de notoriété et de légitimité ;
- le fait que le *Guide Michelin* donne un sens à ce qu'ils font ;
- le lien étroit entretenu avec la gastronomie française.

2.2. Personnes interrogées

Afin que les personnes interrogées comprennent toute la portée de notre thématique, nous devons sélectionner des chefs ayant une étroite relation avec le Guide Michelin. Malgré des profils similaires (notamment le fait que les trois chefs soient détenteurs d'une étoile), leur vision du *Guide Michelin* ainsi que leur histoire avec, sont des notions très singulières.

2.3. Guide d'entretien

Le guide d'entretien est un outil méthodologique dans lequel nous mettons en évidence les nombreuses questions que nous nous sommes posées à la construction de ce mémoire. Il est également possible d'y retrouver des questions de relance qui nous permettent d'approfondir les thèmes abordés avec nos interviewés. Les entretiens ont généralement duré entre 45 minutes et une heure.

Tableau 6 - Le Guide d'entretien

Phases	Contenu	Question de relance
Introduction	<ul style="list-style-type: none"> • Prise de contact : se présenter pour mettre en confiance l'interviewé. • Demander l'autorisation d'enregistrement en garantissant l'anonymat. • Explication du travail de mémoire de première année, et du thème choisi. 	
L'interviewé	<ul style="list-style-type: none"> • S'intéresser au profil de l'interviewé : notamment sur le parcours professionnel et sa quête aux étoiles. <i>Pouvez-vous vous présenter personnellement ? (Âge, carrière, histoire avec le Guide Michelin ?</i> • Demander une brève présentation de l'entreprise interrogée : son concept, sa cuisine... <i>Pouvez-vous maintenant présenter votre entreprise, le type de cuisine que vous produisez ?</i> 	
Le Guide Michelin	<ul style="list-style-type: none"> • Pourriez-vous définir en un mot ce que représente le <i>Guide Michelin</i> à vos yeux ? • Brièvement, qu'est-ce qui vous a poussé à décrocher votre/vos étoiles ? <i>(Un rêve, une histoire de famille)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Et de manière un peu plus développée, quel est votre ressenti vis-à-vis du <i>Guide Michelin</i> ?
Thème 1 : Le Guide Michelin, entre notoriété et légitimité	<ul style="list-style-type: none"> • De manière assez simple, qu'est-ce que le <i>Guide Michelin</i> vous apporte aujourd'hui ? • Comment définiriez-vous les notions de notoriété et de légitimité ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Est-ce que le <i>Guide Michelin</i> vous semble-être un moyen de légitimer votre travail ? • Pensez-vous que le <i>Guide Michelin</i> octroie plus de notoriété ou de légitimité ?

Phases	Contenu	Question de relance
<p>Thème 2 :</p> <p>Le Guide Michelin donne du sens à la pratique</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quel est votre avis sur la critique profane (<i>critique des consommateurs</i>) rencontrée au travers des réseaux sociaux ? • Que pensez-vous de la naissance d'émissions culinaires ? • Que pensez-vous du fait que les distinctions attribuées par le <i>Guide Michelin</i> soient un moyen d'encourager ou de sanctionner la cuisine des chefs ? • Pensez-vous que le <i>Guide Michelin</i> donne un sens à la pratique que vous faites ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensez-vous que ces émissions puissent octroyer une nouvelle forme de notoriété aux chefs ? • Que pensez-vous du fait que le <i>Guide Michelin</i> légitime des mouvements culinaires ou des tendances ? (Par exemple, l'importance accordée depuis quelques années aux démarches environnementales, est désormais récompensé par l'étoile verte)
<p>Thème 3 :</p> <p>Le Guide Michelin est intimement associé à la gastronomie française</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce que le Gault & Millau représente pour vous ? • Vous identifiez-vous davantage au <i>Guide Michelin</i> ou bien à d'autres guides tels que celui du Gault & Millau ? • Selon vous, le <i>Guide Michelin</i> est-il davantage associé à la gastronomie française que ne pourrait l'être le Gault & Millau ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Pourquoi mettez-vous plus en avant le Guide Michelin, que le Gault & Millau ? (<i>Ou inversement</i>)
<p>Conclusion</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Remercier le professionnel pour le temps qu'il nous a consacré. • Proposer de lui transmettre notre travail de recherche une fois la présentation soutenue. 	

CHAPITRE 8. TERRAIN D'APPLICATION

Ce chapitre est un moyen pour nous d'appréhender notre travail de recherche à effectuer lors de notre deuxième année. Nous rappellerons dans un premier temps, nos hypothèses et les objectifs que nous leur avons fixé. Puis, nous développerons notre réflexion quant au terrain envisagé pour le master 2.

1. Rappel des objectifs des hypothèses

Les hypothèses que nous avons construites jusqu'ici, ont pour objectif de répondre à la problématique suivante :

La persistance de l'intérêt des chefs gastronomiques français, pour le Guide Michelin, dans un contexte de pluralité d'accès à la notoriété.

Hypothèse 1 : Le *Guide Michelin* au-delà d'une notoriété qu'il confère, apporte une légitimité aux chefs.

Au travers de notre terrain de recherche, nous tenterons de démontrer que le *Guide Michelin* ne représente pas seulement un moyen d'octroyer de la visibilité aux chefs. Ces derniers l'utiliseraient davantage comme un moyen de reconnaissance des pairs, et un apport de légitimité. En observant la manière dont les établissements et les chefs se mettent en avant, nous pourrions saisir toute l'importance que le célèbre Guide Rouge a pour eux.

Hypothèse 2 : Le *Guide Michelin* donne du sens à la pratique culinaire des chefs.

Ici, notre terrain de recherche nous permettrait d'analyser la manière dont les chefs perçoivent les jugements du Guide Michelin. Nous souhaitons prendre connaissance de l'opinion des chefs sur cette mécanique d'encouragements et de

sanctions, mais aussi sur la création de mouvements culinaires (Nouvelle Cuisine, moléculaire...) et sur la réunion de chefs sous de mêmes idéologies.

Hypothèse 3 : Le *Guide Michelin* est associé à la gastronomie française.

À l'aide de notre terrain de recherche, nous souhaitons analyser la relation faite entre le *Guide Michelin* et la gastronomie française. Nous souhaitons bien entendu, connaître l'avis de nos chefs français inscrits au *Guide Michelin* ; mais nous souhaiterions également élargir le panel afin d'analyser le lien qui peut être fait entre les deux partis.

2. Notre terrain de recherche

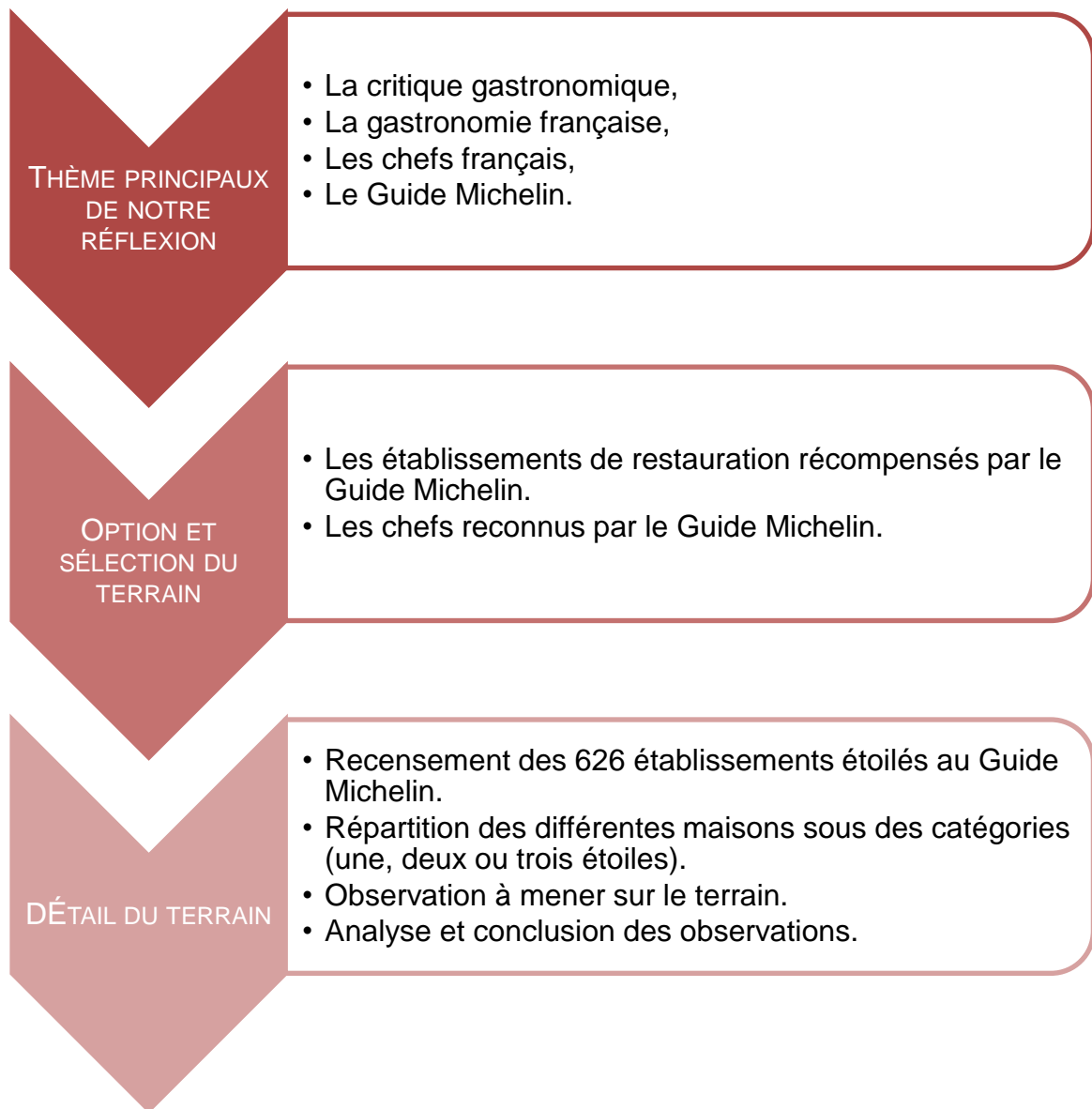
2.1.Choix du terrain

Afin de pouvoir trouver réponse à nos interrogations, nous basons notre terrain de recherche sur les établissements récompensés par une, deux ou bien trois étoiles au Guide Michelin. Nous restreindrons cette liste exhaustive aux établissements référencés sur la sélection *Guide Michelin* France 2022.

2.2.Justification de ce choix

Le but premier de ce terrain de recherche, est de récolter de nombreuses données qui pourront affirmer ou infirmer les hypothèses émises précédemment. Afin que notre raisonnement soit le plus compréhensif possible, nous avons réalisé le schéma suivant.

Figure 9 - Justification de notre terrain de recherche



Notre terrain de recherche est, par conséquent, axé sur des établissements pouvant être relativement similaires. Toutefois, les chefs à la direction de leur cuisine, ont souvent des visions du *Guide Michelin* et de la gastronomie, très différentes. Ce terrain nous permettra donc, de récolter des opinions diverses et variées.

CHAPITRE 9. METHODOLOGIE ENVISAGEE ET PERSPECTIVES

Au travers de ce chapitre, nous développerons la méthodologie que nous avons imaginée afin d'apporter réponse à nos hypothèses. Nous évoquerons ensuite nos perspectives de travail de recherche et de stage pour l'année de master 2.

1. Méthodologie

1.1 Méthodologie pour l'hypothèse 1

Tableau 7 - Méthodologie de l'hypothèse 1

Hypothèse 1 : Le Guide Michelin, au-delà d'une notoriété qu'il confère, apporte de la légitimité aux chefs		
METHODES	Qualitative	Quantitative
OUTILS MOBILISES	Des entretiens semi-directifs au travers d'un guide d'entretien.	Étude des établissements étoilés au <i>Guide Michelin</i> au travers d'une grille d'analyse.
POPULATION VISEE	Des chefs gastronomiques récompensés d'une, deux ou trois étoiles au Guide Michelin.	Les établissements récompensés d'une, deux ou trois étoiles au <i>Guide Michelin</i> France.
ÉCHANTILLON	10 chefs étoilés.	626 établissements étoilés.

1.1.1. Étude qualitative

Ici, l'étude qualitative aura pour objectif d'interroger des chefs étoilés au Guide Michelin. C'est un moyen pour nous de comprendre cette notion de notoriété et de légitimité.

Nos entretiens semi-directifs devront être effectués au sein de l'entreprise ou bien par visioconférence selon la localisation et la disponibilité des chefs. Les entretiens devront durer environ une heure et seront retranscrits de manière anonyme (cf. ANNEXE H, p.141).

Pour cette étude, un échantillon (c'est-à-dire le nombre de personnes interrogées) sera de dix personnes. Nous aurons ainsi assez de matière afin de comparer les différentes réponses émises par les chefs étoilés.

1.1.2. Étude quantitative

Lors de cette étude, nous souhaitons construire une grille d'analyse permettant d'observer la manière dont les chefs ou les établissements se mettent en valeur. L'objectif serait de créer une grille référençant les 626 établissements auréolés d'étoiles au Guide Michelin, et d'analyser leurs sites Internet, leurs réseaux sociaux. Les établissements, utilisent-ils les réseaux sociaux si oui, le(s)quel(s) ? Affichent-ils les étoiles du *Guide Michelin* sur leur site Internet ? Les chefs, se mettent-ils en avant ou mettent-ils davantage en lumière leur établissement ?

Cette grille d'analyse sera construite préalablement à toute observation. Nous devons y référencer le nom des différents établissements par catégorie d'étoile. Puis, nous devons recueillir les informations recherchées.

Ici, l'échantillon sera total puisque nous analyserons l'ensemble des établissements étoilés par la sélection du *Guide Michelin* France ; soit un total de 626 établissements (cf. ANNEXE I, p. 144)

1.2 Méthodologie pour l'hypothèse 2

Tableau 8 - Méthodologie de l'hypothèse 2

Hypothèse 2 : Le <i>Guide Michelin</i> donne du sens à la pratique culinaire des chefs	
METHODES	Qualitative
OUTILS MOBILISES	Des entretiens semi-directifs au travers d'un guide d'entretien.
POPULATION VISEE	Des chefs gastronomiques récompensés d'une, deux ou trois étoiles au Guide Michelin.
ÉCHANTILLON	10 chefs étoilés.

1.2.1. Étude qualitative

Ici, l'étude qualitative aura pour objectif d'interroger des chefs étoilés au Guide Michelin. C'est un moyen pour nous de prendre connaissance de leur opinion quant aux systèmes d'encouragements et de sanctions mise en place par le célèbre Guide Rouge.

Nos entretiens semi-directifs devront être effectués au sein de l'entreprise ou bien par visioconférence selon la localisation et la disponibilité des chefs. Les entretiens devront durer environ une heure et seront retranscrits de manière anonyme. (cf. ANNEXE H, p. 142)

Pour cette étude, un échantillon (c'est-à-dire le nombre de personnes interrogées) sera de dix personnes. Nous aurons ainsi assez de matière afin de comparer les différentes réponses émises par les chefs étoilés.

1.3 Méthodologie pour l'hypothèse 3

Tableau 9 - Méthodologie pour l'hypothèse 3

Hypothèse 3 : Le <i>Guide Michelin</i> est associé à la gastronomie française		
METHODES	Qualitative	Quantitative
OUTILS MOBILISES	Des entretiens semi-directifs au travers d'un guide d'entretien.	Étude de la relation faite entre le <i>Guide Michelin</i> et la gastronomie française.
POPULATION VISEE	Des chefs gastronomiques récompensés d'une, deux ou trois étoiles au Guide Michelin.	Des professionnels de la restauration.
ÉCHANTILLON	10 chefs étoilés.	300 réponses.

1.3.1. Étude qualitative

Ici, l'étude qualitative aura pour objectif d'interroger des chefs étoilés au Guide Michelin. C'est un moyen pour nous d'analyser le lien qu'ils font entre le *Guide Michelin* et la gastronomie française.

Nos entretiens semi-directifs devront être effectués au sein de l'entreprise ou bien par visioconférence selon la localisation et la disponibilité des chefs. Les entretiens devront durer environ une heure et seront retranscrits de manière anonyme. (cf. ANNEXE H, p.143)

Pour cette étude, un échantillon (c'est-à-dire le nombre de personnes interrogées) sera de dix personnes. Nous aurons ainsi assez de matière afin de comparer les différentes réponses émises par les chefs étoilés.

1.3.2. *Étude quantitative*

Lors de cette analyse, nous souhaitons mettre en évidence la relation qui est faite entre le *Guide Michelin* et la gastronomie française. Il s'agit d'observer un point principal : est-ce que le Guide Michelin, a permis la reconnaissance de la gastronomie française dans le monde entier ?

Afin de construire cette analyse, nous souhaitons diffuser un questionnaire court, où le temps de réponse n'excéderait pas les cinq minutes. Ce questionnaire pourra être diffusé au travers de réseaux sociaux, notamment LinkedIn, ce qui nous permettrait de toucher un grand nombre de professionnels de la restauration (cf. ANNEXE J, p.145).

Ici, le choix est fait d'intégrer un panel de professionnel plus important. En effet, au-delà de l'avis des chefs étoilés *-que nous recueillerons sur l'étude qualitative-* ce sont tous les types de restauration que nous souhaitons toucher.

1.4 Analyse de nos résultats

Afin d'analyser l'ensemble de nos résultats, nous établirons deux moyens bien distincts. Concernant l'étude qualitative, nous effectuerons une analyse individuelle et verticale. Cette méthode nous permettra de faire ressortir les éléments essentiels de nos entretiens. Puis, nous réaliserons une analyse

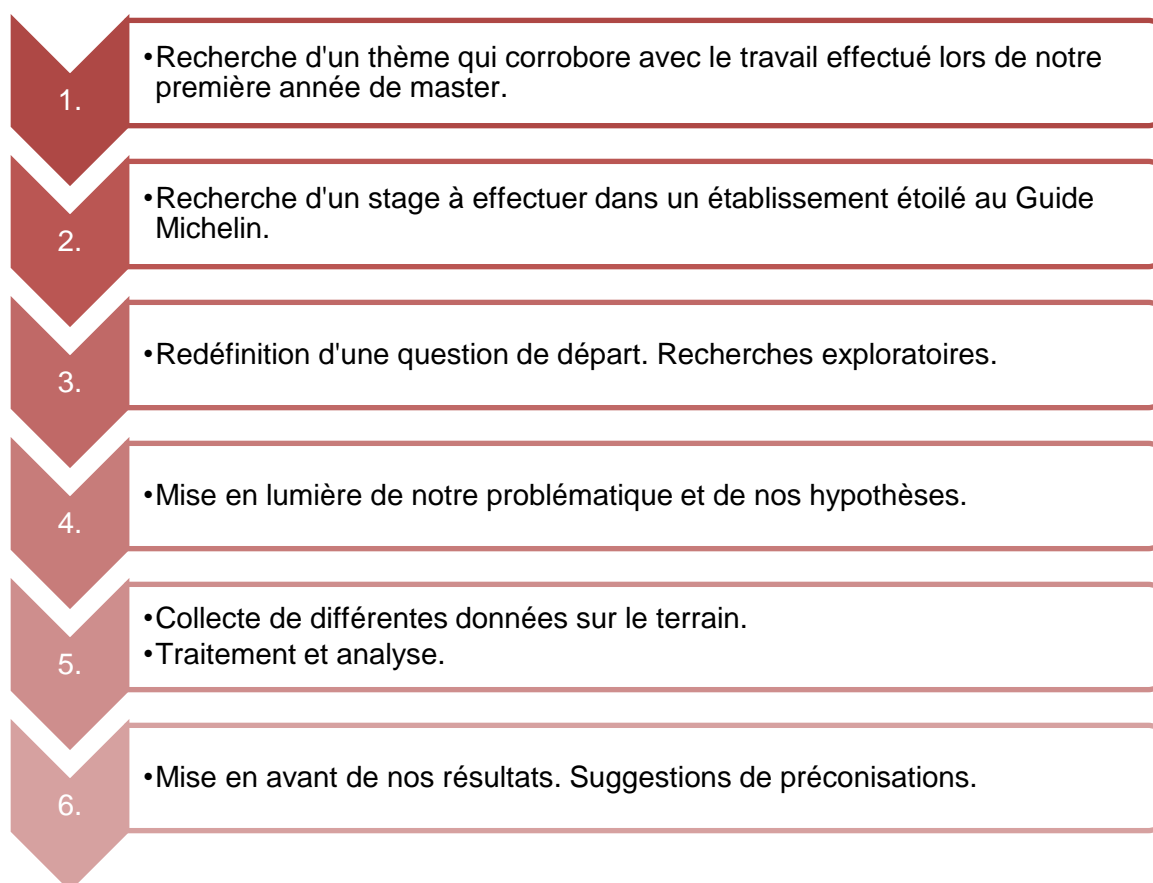
commune et horizontale afin de mettre en corrélation les différentes réponses issues de nos entretiens avec les chefs étoilés par le Guide Michelin.

Concernant l'étude quantitative, nous analyserons les différentes données recueillies, puis nous les rendrons davantage lisibles sous forme de graphiques, diagrammes ou infographies.

2. La méthodologie de travail envisagée en master deuxième année

Afin de mener au mieux notre travail de recherche lors de notre deuxième année de master, nous souhaitons d'ores et déjà nous fixer nos objectifs.

Figure 10 - Méthodologie de travail pour l'année de master 2.



3. Stage envisagé en master deuxième année

Notre travail de première année de master nous a permis de poser et de comprendre l'ensemble du cadre théorique relatif à la critique gastronomique et plus particulièrement, au Guide Michelin. Aujourd'hui, deux possibilités s'offrent à nous ; dans un premier temps, celui de la critique gastronomique, puis celui de la restauration haut de gamme.

2.1. Près de la critique...

Nous pourrions envisager un stage au sein d'une structure de critique gastronomique, éventuellement l'institution que représente le Guide Michelin. En effet, un stage du côté de la critique gastronomique nous permettrait de mieux appréhender notre thématique ; sans compter que l'expérience serait obligatoirement riche et grandissante. Toutefois, le cercle du célèbre Guide Rouge est un espace très exclusif, et nous pourrions même dire, quasiment inaccessible ; notre entrée à leur côté relèverait alors de l'impossible.

2.2....Et près des chefs

Il nous semble alors plus réaliste, probablement plus formateur, de nous intéresser à des structures de restauration inscrites au Guide Michelin. Cela serait un moyen pour nous d'évoluer au sein d'un espace où la critique gastronomique et ce qu'elle représente règne en maître. De nos expériences personnelles, nous pourrions avancer que ces petites structures, où la gastronomie est un terme dominant, n'offrent que très rarement des postes pour lesquels la faculté de l'ISTHIA nous voue. Cependant, ces structures proposent parfois des responsabilités et des perspectives d'évolution plus avantageuses que dans d'autres maisons.

CONCLUSION GENERALE

Lors de notre travail de recherche, nous avons tenté d'apporter des éléments de réponses à la problématique que nous nous étions posés précédemment, et qui était : la persistance de l'intérêt des chefs gastronomiques français pour le Guide Michelin, dans un contexte de pluralité d'accès à la notoriété. Nous voulions analyser la manière dont le célèbre Guide Rouge maintient son autorité, sa légitimité et sa renommée, dans un monde si changeant, que la notoriété devient accessible grâce à de multiples procédés.

Le marché des singularités est un concept qui rappelons-le fut développé par Lucien Karpik au début de notre siècle. Sa volonté était de démontrer la nécessité d'avoir un dispositif de jugement qui aiderait les consommateurs à prendre des décisions. Sur ce marché des singularités, le *Guide Michelin* se fraie un chemin jusqu'à devenir « *la technologie la mieux ajustée à l'économie des singularités* » (Karpik, 2007, p. 114).

Les hypothèses que nous avons émises, nous ont permis d'observer la manière dont le *Guide Michelin* maintient sa position dans un univers où tout un chacun remet en cause sa légitimité. Dans un premier temps, son historique et sa notoriété permettent d'asseoir sa position au sein de la gastronomie française. Dans un second temps, le *Guide Michelin* offre aux membres de notre profession, une cohésion et un lien indéfectible qui donne du sens à ce qui est fait. Enfin, si le célèbre Guide Rouge a réussi à asseoir sa place à l'échelle nationale, très rapidement, il en convient de faire de même à l'échelle mondiale. La bible gastronomique permettra de faire rayonner notre culture culinaire par-delà les frontières.

Nous avons par la suite développé notre méthodologie probatoire employée lors de ce mémoire. C'était un moyen pour nous de prendre du recul sur le travail effectué, et sur le travail qui serait à livrer dans le courant de l'année prochaine. Le

terrain de recherche que nous souhaiterions analyser, nous permettra de répondre au mieux à notre problématique.

La persistance de l'intérêt des chefs gastronomiques français pour le Guide Michelin, dans un contexte de pluralité d'accès à la notoriété.

À l'heure actuelle, il nous est impossible d'apporter des réponses définitives aux hypothèses que nous avons émises précédemment. Néanmoins, nous pouvons d'ores et déjà citer quelques éléments de réponses qui nous ont semblé pertinents.

Premièrement, dans un contexte où la notoriété devient accessible de manière plurielle, le *Guide Michelin* semble offrir ce que les autres ne peuvent donner. Les chefs gastronomiques français reconnaissent en l'institution clermontoise, la marque d'une légitimité et l'apport d'un soutien indéfectible, qui leur permettent de briller.

Deuxièmement, le *Guide Michelin* représente un intérêt pour les chefs gastronomiques français puisqu'il permet de donner un sens à ce qui est produit au sein de leur univers. Les chefs reconnaissent en ce guide, un système d'encouragement qui validerait en quelque sorte le travail effectué au sein de leur cuisine.

Enfin, il semblerait que les chefs associent de manière très intime le *Guide Michelin* et la gastronomie française. La plupart d'entre eux n'estiment pas que l'un attire l'autre, mais bien que les deux, en cohabitation, évoluent et se développent ensemble, dans l'optique de ne faire qu'un.

BIBLIOGRAPHIE

Alami Sophie, Desieux Dominique, Garabua-Moussaoui Isabelle. *Les méthodes qualitatives*. Paris : Presses Universitaires de France, 2013, 127 p.

Beauvisage Thomas, Beuscart Jean-Samuel, Cardon Vincent et al. Notes et avis des consommateurs sur le web : les marchés à l'épreuve de l'évaluation profane. *Réseaux*, 2013, n°177, 131-161 p. [En ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2013-1-page-131.htm>. (Consulté le 18-12-2021).

Beauvisage Thomas, Beuscart Jean-Samuel, Mellet Kevin et al. Une démocratisation du marché ? Notes et avis de consommateurs sur le Web dans le secteur de la restauration. *Réseaux*, 2014, n°183, 163-204 p. [En ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-1-page-163.htm>. (Consulté le 16-12-2021).

Beuscart Jean-Samuel, Chauvin Pierre-Marie, Jourdain Anne et al. La réputation et ses dispositifs, introduction. *Terrains & travaux*, 2015, n°26, 5-22 p. [En ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-terrains-et-travaux-2015-1-page-5.htm>. (Consulté le 19-12-2021).

Bonnain-Moerdyk Rolande. L'espace gastronomique. *L'espace géographique*, 1975, n°2, 113-126 p. [En ligne]. Disponible sur https://www.persee.fr/doc/spgeo_0046-2497_1975_num_4_2_1545. (Consulté le 25-11-2021).

Bonnet Estelle. Les critiques gastronomiques : quelques caractéristiques d'une activité experte. *Sociétés contemporaines*, 2004, n°53, 135-155 p. [En ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-societes-contemporaines-2004-1-page-135.htm>. (Consulté le 28-11-2021).

Bouquet Brigitte. La complexité de la légitimité. *Vie sociale*, 2014, n°8, 13-23 p. [En ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-vie-sociale-2014-4-page-13.htm>. (Consulté le 3-2-2022).

Brégeon de Saint-Quentin Virginie, Lemerrier Brian. *Le Grand Livre du marketing culinaire*. Malakoff : Dunod, 2019, 355 p.

Cazalais Normand. Le tourisme gourmand : la dictature des guides ? *Téoros*, 2006, 15-18 p. [En ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/teoros/1303>. (Consulté le 16-2-2022).

Chossat Véronique. L'expertise de la qualité dans la grande cuisine : le rôle du guide gastronomique. *Économie rurale*, 2003, n°276, 25-36 p. [En ligne]. Disponible sur https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_2003_num_276_1_5422. (Consulté le 4-12-2021).

Cohen Évelyne, Csergo Julia. L'artification du culinaire. *Sociétés & Représentations*, 2012, n°34, 7-11 p. [En ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2012-2-page-7.htm>. (Consulté 15-2-2022).

Csergo Julia. L'art culinaire ou l'insaisissable beauté d'un art qui se dérobe, quelques jalons (XVIII^{ème}-XXI^{ème} siècle). *Sociétés & Représentations*, 2012, n°34, 13-36 p. [En ligne] Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2012-2-page-13.htm>. (Consulté le 15-2-2022).

Drucker-Godard Carole, Bouty Isabelle, Gomez Marie-Léandre. De la France au monde, le Guide Michelin, vecteur du rayonnement de la marque France ? *Revue française de gestion*, 2011, n°218-219, 53-66 p. [En ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2011-9-page-53.htm>. (Consulté le 3-3-2022).

Gault Henri, Millau Christian, Lambert Gilles. Gault et Millau se mettent à table. Paris : J'ai lu, 1977, 218 p.

Hugol-Gential Clémentine, Michon David. Perdre ou renoncer aux étoiles : analyse des discours médiatiques et paroles de chefs à l'ère de la transparence. *Communication et langages*, 2020, n°206, 35-49 p. [En ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages-2020-4-page-35.htm>. (Consulté le 26-2-2022).

Karpik Lucien. *L'économie des singularités*. Paris : Gallimard, 2007, 373 p.

Karpik Lucien. Le Guide rouge Michelin. *Sociologie du travail*, 2000, vol. 42 -n°3, 21 p. [En ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/sdt/36855>. (Consulté le 19-10-2021).

Lazareff Alexandre. *L'exception culinaire française : un patrimoine gastronomique en péril ?* Paris : Lebey Claude, 1998, 192 p.

Mathé Thierry, Tavoularis Gabriel, Pilorin Thomas. La gastronomie s'inscrit dans la continuité du modèle alimentaire français. *Credoc*, 2009, n°267, 106 p. [En ligne]. Disponible sur <https://www.credoc.fr/publications/la-gastronomie-sinscrit-dans-la-continuite-du-modele-alimentaire-francais>. (Consulté le 25-10-2021).

Michelin. *La Saga du Guide Michelin : De 1900 à aujourd'hui, un formidable voyage à travers le temps*. Clermont-Ferrand : Manufacture française des pneumatiques Michelin, 2004, 284 p.

Naulin Sidonie. La blogosphère culinaire, cartographie d'un espace d'évaluation amateur. *Réseaux*, 2014, n°183, 31-62 p. [En ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-1-page-31.htm>. (Consulté le 26-1-2022)

Naulin Sidonie. 5. Pourquoi les critiques de restaurants dans les médias sont toujours positives ? *La découverte*, 2017, 87-100 p. [En ligne]. Disponible sur : <https://www.cairn.info/que-manger--9782707197702-page-87.htm>. (Consulté le 25-1-2022).

Pasquier Dominique. Les jugements profanes en ligne sous le regard des sciences sociales. *Réseaux*, 2014, n°183, 9-25 p. [En ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-1-page-9.htm>. (Consulté le 26-12-2021).

Poulain Jean-Pierre, Neirinck Edmond. *Histoire de la cuisine et des cuisiniers*. Paris : LT Jacques Lanore, 2004, 175 p.

Poullennec Gwendal. Le *Guide Michelin* : une référence mondiale de la gastronomie locale. *Le journal de l'école de Paris du management*, 2011, n°89, 37-42 p. [En ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-le-journal-de-l-ecole-de-paris-du-management-2011-3-page-37.htm>. (Consulté le 30-10-2021).

Rambourg Patrick. *Histoire de la cuisine et de la gastronomie françaises*. Paris : Perrin, 2013, 293 p.

Remy Pascal. *L'inspecteur se met à table*. Paris : Equateurs, 2004, 150 p.

Roger Olivier. Les émissions culinaires à la télévision, nouvelles tribunes de l'engagement ? *Communication et langages*, 2020, n°206, 85-96 p. [En ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages-2020-4-page-85.htm>. (Consulté le 22-2-2022).

Toinard Philippe. *Le Grand Livre du Guide Michelin*. Paris : La Martinière, 2019, 384 p.

Zancanaro Frédéric. *La créativité culinaire : les trois étoiles du Guide Michelin*. Tours : Presses Universitaires François Rabelais, 2019, 438 p.

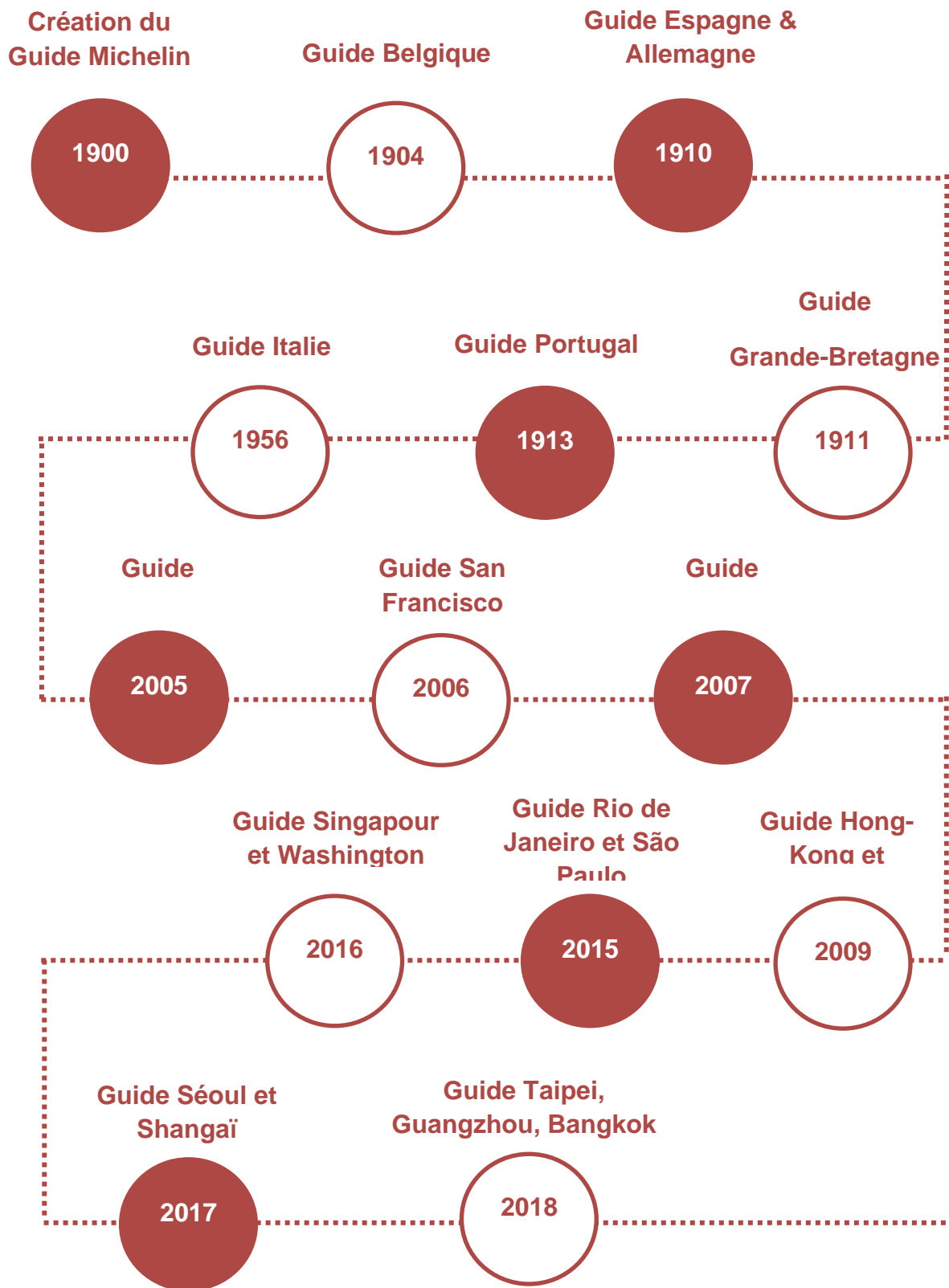
TABLE DES ANNEXES

ANNEXE A - L'EVOLUTION DES ETOILES DU <i>GUIDE MICHELIN</i> ; MICHELIN & CIE, 2004, 77 P. ...	90
ANNEXE B - L'INTERNATIONALISATION DU GUIDE MICHELIN	91
ANNEXE C - LA PRESENCE DU <i>GUIDE MICHELIN</i> DANS LE MONDE.	92
ANNEXE D - LES DIX COMMANDEMENTS DE LA NOUVELLE CUISINE.....	93
ANNEXE E - RETRANSCRIPTION DE L'ENTRETIEN 1.	94
ANNEXE F - RETRANSCRIPTION DE L'ENTRETIEN 2	104
ANNEXE G - RETRANSCRIPTION DE L'ENTRETIEN 3.....	123
ANNEXE H - GUIDE D'ENTRETIEN ENVISAGEE SUR LA DEUXIEME ANNEE DE MASTER	141
ANNEXE I - ÉTUDE QUANTITATIVE POUR L'HYPOTHESE 1.....	144
ANNEXE J - ÉTUDE QUANTITATIVE POUR L'HYPOTHESE 3.....	145

ANNEXE A - L'EVOLUTION DES ETOILES DU GUIDE MICHELIN ; MICHELIN & CIE, 2004, 77 P.

1926	Ce signe complétant le symbole pavillon indique les hôtels possédant une table renommée.
1931	Apparition des trois niveaux d'étoiles indiquant les hôtels possédant une cuisine : * De très bonne qualité ** D'excellente qualité *** Fine et justement renommée
1932	Apparition du chapitre cuisine : * Cuisine de très bonne qualité ** Cuisine d'excellente qualité *** Cuisine fine et justement renommée
1933 – 1939	Le chapitre concernant les restaurants s'intitule « <i>la table</i> » : * Une bonne table dans la localité ** Cuisine excellente : mérite un détour *** Une des meilleures tables de France : vaut le voyage
1946	Apparition de l'Étoile blanche, évidée, qui est toujours utilisée aujourd'hui
1950 à aujourd'hui	Les étoiles grossissent : * Une très bonne table dans sa catégorie ** Cuisine excellente : mérite un détour *** Une des meilleures tables : vaut le voyage

ANNEXE B - L'INTERNATIONALISATION DU GUIDE MICHELIN



ANNEXE C - LA PRESENCE DU GUIDE MICHELIN DANS LE MONDE.

Pays	Nombre de 1 étoile	Nombre de 2 étoiles	Nombre de 3 étoiles	Nombre d'étoiles vertes	Nombre de Bib Gourmand
Allemagne	271	46	9	61	296
Andorre	1	X	X	X	1
Autriche	11	6	1	1	11
Belgique	100	23	2	9	141
Brésil	10	4	X	X	39
Chine continentale	88	15	4	2	83
Corée du Sud	23	7	2	2	59
Croatie	10	X	X	1	13
Danemark	18	7	2	15	15
Espagne	184	33	11	27	245
États-Unis	149	36	13	11	365
Finlande	7	X	X	3	2
France	521	74	31	87	448
Grèce	5	1	X	X	3
Hong-Kong	52	12	7	2	64
Hongrie	7	X	X	X	X
Italie	326	38	11	30	251
Irlande	14	4	X	3	19
Islande	1	X	X	X	X
Japon	313	71	21	23	437
Luxembourg	8	1	X	1	11
Macao	7	5	3	1	7
Malte	5	X	X	X	4
Norvège	9	1	1	6	2
Pays-Bas	91	18	2	8	115
Pologne	1	X	X	X	5
Portugal	26	7	X	2	36
République Tchèque	2	X	X	X	5
Royaume-Uni	150	18	8	27	101
Saint-Marin	1	X	X	X	X
Serbie	X	X	X	X	1
Singapour	41	5	3	X	68
Slovénie	5	1	X	5	7
Suède	14	4	1	10	12
Suisse	90	23	3	19	135
Taipei & Taichung	24	8	1	2	90
Thaïlande	26	6	X	1	133
TOTAL	2 611	474	136	359	3 224

ANNEXE D - LES DIX COMMANDEMENTS DE LA NOUVELLE CUISINE.

« Les dix commandements de la nouvelle cuisine » Notre histoire - Gault & Millau - https://fr.gaultmillau.com/news/notre-histoire-gault-millau	
1.	« <i>Tu ne cuiras pas trop. »</i>
2.	« <i>Tu utiliseras des produits frais et de qualité. »</i>
3.	« <i>Tu allégeras ta carte. »</i>
4.	« <i>Tu ne seras pas systématiquement moderniste. »</i>
5.	« <i>Tu rechercheras cependant ce que t'apportent les nouvelles techniques. »</i>
6.	« <i>Tu éviteras marinades, faisandages, fermentations, etc. »</i>
7.	« <i>Tu élimineras les sauces riches. »</i>
8.	« <i>Tu n'ignoreras pas la diététique. »</i>
9.	« <i>Tu ne truqueras pas tes présentations. »</i>
10.	« <i>Tu seras inventif. »</i>

ANNEXE E - RETRANSCRIPTION DE L'ENTRETIEN 1.

Entretien du 04 mars 2022.

Chef X : Propriétaire et chef de cuisine, une étoile au Guide Michelin.

Durée de l'entretien : 38 minutes et 45 secondes.

Étudiante : Bonjour chef, donc pas besoin de grande présentation ! Du coup, cette année mon travail de mémoire porte sur le Guide Michelin.

Chef X : oui.

Étudiante : Donc, le but de cet exercice c'est de soulever une problématique et ensuite d'émettre des hypothèses. En gros, le guide d'entretien va se passer autour de ces hypothèses. Du coup, je vais commencer par vous demander de vous présenter, notamment sur le parcours professionnel et l'arrivée des étoiles.

Chef X : D'accord. Donc c'est ça qu'il faut que je fasse.

Étudiante : Pour l'instant [rire]. C'est un début.

Chef X : Donc moi, ma carrière elle commence à 23, 24 ans. Moi, je suis coachée par cet homme merveilleux, en photo ici [me montre], qu'est Philippe Da Silva. Heu... Qui a été un coach, je veux dire, en commun avec quelqu'un que je crois que vous connaissez je veux dire. Donc c'est un ADN, un ADN commun, avec un vrai meneur d'hommes. Aussi fort, énergique et puissant qu'incroyablement généreux, et que insupportable par certains moments. Voilà, mais enfin ça c'est un peu une règle, je veux dire dès lors qu'on a un fort caractère, et donc, heu moi je suis très bien là où je suis. Je suis très content, ça se passe très bien, hum j'suis numéro 4 de la brigade, grosso modo, j'ai 24 ans. Heu, ouais c'est ça... [Hésitant] Ouais, 4 et on est 14 ou 15 en cuisine. Mais aucune intention de venir, de revenir.

Et le chef de l'époque qui a eu le macaron Michelin, donc en 1981, en même temps que l'élection de Mitterrand, donc c'est une étoile Michelin socialiste je veux dire. Heu, et bien, décide au mois de mars de partir. Ça m'est annoncé par mes parents au cours d'un dîner avec le meilleur ami de mon père, à la Côte Saint-Jacques à Joigny, et ça me tombe dessus comme la misère sur le monde. Je ne suis évidemment pas prêt pour heu tenir une baraque comme ça... J'en ai pas les compétences, je n'en ai pas les moyens, je n'en ai pas l'envie, voilà. Mais, heu, grosso modo, j'ai pas le choix. Et donc, j'arrive en cours de saison, c'est-à-dire que je reprends je crois un 16, 17 ou 18 mai, à round the 20 mai. En 1986, j'ai 24 ans, je fais une saison heu rock & roll. Le jeune homme, enfin le monsieur que vous avez maintenant, en face de vous, est un... Est digne d'un ehpad comparé à l'énergie que j'avais à l'époque. Donc voilà... Nous faisons la saison, et quand le Michelin sort au mois de mars, nous conservons le macaron. Donc, heu, j'ai gagné mon macaron Michelin dans ma vingt-quatrième année et je me vois, donc, le grosso modo, pratiquement à date de mon anniversaire, jour pour jour, à 25 ans, avec donc un macaron qui brille sur mon nez. Sur mes épaules, sur mes oreilles, et tout ce qui peut dépasser... [rires] Heu, j'ai 25 ans, tous mes concurrents ont

heu, ou 35 ou 40 ou 50, y a pas de jeunes dans cet univers. C'est pour ça que je suis toujours très proche des jeunes, parce que j'ai vraiment souffert de ça, je trouvais ça extrêmement difficile de s'imposer, je veux dire avec heu, des gens d'abord qui certains étaient très bons, heu d'autres... Y en a pas beaucoup qu'avaient grâce à mes yeux. Y en a beaucoup que je trouvais assez médiocre, et qui était en poste. Qui avait des postes politiques je veux dire. Donc heu, choppé le macaron Michelin c'est aussitôt synthétiser beaucoup de jalousie. Et heu... En plus du fait d'être le fils de, alors que je veux dire, au fond t'arrives dans un métier, déjà c'est assez compliqué, donc t'es le fils de... T'es le fils de rien du tout. Si tu sais pas faire cuire un œuf. Donc, heu il faut t'imposer par rapport au fait que t'as la jalousie autour de mes parents déjà je veux dire, et heu... bah je deviens la bête à abattre. Donc comment je vis le macaron Michelin ? Bah je le vis comme une récompense, je le vis comme... [hésitation]. Un truc assez lourd à porter. Voilà, donc ce macaron je l'ai en 86, je quitte mes parents en 93, heu, pour faire de la bistronomie.

A l'époque, le mot n'existe pas, j'ai la prétention par contre pour le coup, non pas d'avoir eu un macaron. Mais par contre j'ai la prétention de dire que j'ai fait de la bistronomie avant tout le monde. Puisqu'à l'époque quand je quitte le macaron Michelin, c'est de mon propre chef, et de mon initiative que je renonce à l'idée d'être chef macaronné Michelin pour faire du bistrot. Heu... Ça s'appelle à l'époque crise de lèse-majesté. C'est-à-dire que tout le monde me dit "t'es un con". A commencer par ce monsieur-là [montre la photo de Philippe Da Silva]. Qui me dit heu... Traître. Grosso modo. Heu... Il me le dit gentiment, mais il me le dit. Et je passe les trois plus belles années de ma vie et de ma carrière parce que je veux dire... Je fais de la cuisine macaronnée, enfin dans tous les cas je veux dire avec des langoustines, du foie gras, etc. en fin de semaine. Et les débuts de semaine, je me mets sur Yukulélé.com, des trucs classiques, je fais 100 couverts jour. Heu... C'est une usine à cash et ça marche du feu de dieu. C'était une affaire mais en or. Donc je veux dire j'étais content de ma personne, je connais enfin mes libertés, je veux dire, voilà...

Et je reviens ensuite ici, bah, vous me le demandez je vous fais tout hein.

Étudiante : Oui oui, ne vous inquiétez pas.

Chef X : J'essaye de faire court. Je reviens ici, poussé par, bon là c'est un peu long, mais poussé par des actionnaires, le fait que mes parents sont en grande difficulté. Donc en 97. Donc là, fini la liberté, je reprends les manettes ici, dans des conditions financières extrêmement difficiles. Mais comme j'ai encore et toujours, chez Alphonse, ce bistrot merveilleux... Heu j'ai une usine à cash qui me permet de vivre. Mais, heu... Juste pour la petite histoire, et que ça vous serve de leçon, pendant 3 ans et demi je ne me sers pas un centime sur cette affaire. C'est-à-dire que je laisse mon bébé de l'autre côté qui marche bien, mais qui marche moins bien. Puisque d'abord il faut me remplacer, donc il faut des salaires. Et je viens travailler, trois ans et demi, ici gratuitement. Et à l'époque je suis le plus petit actionnaire. J'ai heu 8% je pense quand je rentre dans la boutique. Donc c'est-à-dire que je fais bouillir tout ça pour la gloire, j'en ai tout à fait conscience et heu... Pour sauver un peu tout le monde. A un moment bon ça finit par me gonfler, donc on me vend des parts et en 2000 heu, je récupère le macaron. Donc, comment je

vis le macaron ? Bah heu... Là je le vis vraiment comment un truc salubre parce que soudainement, ça m'amène 20 % de chiffre d'affaires supplémentaires. Et alors là, à ce moment-là, je le vis... Enfin, parce qu'en fait la première fois quand je l'ai, j'ai 24 ans et demi, je suis sauvage, ingérable, je le choppe à 25 ans, je suis évidemment très content, mais y a quelque chose d'un peu diffus... C'est compliqué, c'est une affaire de famille, c'est pas net, je veux dire... Ça tourne pas vraiment uniquement sur moi. Quand je le récupère en 2000, je suis patron malgré tout. Même si je suis petit actionnaire, bah je suis patron, puisque c'est moi qui suis devenu PDG à l'époque on est en SA. Et heu... J'ai mon macaron. Gagné par moi. Pas une continuité d'un macaron. Donc ça c'est très chouette.

Après-heu... Bah j'ai 2004, heu je le reperds en 2005. Je le reperds en 2005, heu... Et c'est tout à fait normal. Heu non c'est tout à fait anormal. Et d'ailleurs, je me shoot un peu avec heu le mec du Michelin, qui me donne une leçon sur la tarte aux fraises, je me rappelle. C'est un jour où j'étais mal vissé, donc je veux dire heu voilà... Va faire tes cours de tarte aux fraises et me fait pas chier. Fin t'as qu'à venir à ma place... Bref. Voilà, donc ça... Heu je sais pas que je vais le perdre. Je me doute. Enfin heu non, non je ne pense pas le perdre, parce que je ne pense pas mériter de le perdre. Et je le perds en 2006 donc. Et heu... On s'accroche, parce qu'à l'époque on fait vraiment de la bonne cuisine, je le récupère deux ans plus tard, et là, là je suis très content, parce que c'est une vraie revanche.

Alors à savoir que quand je le perds, y a un truc, y a une notion qui doit être un peu près commune à tous ceux qui l'ont eu et l'ont perdu. Ça me met dans un état de déprime, complet, pendant 6 mois. Et quand je te dis, de déprime heu... C'est-à-dire vraiment, je trouvais que j'étais nul, que je cuisinais mal, que je savais rien faire, et j'en passe des meilleurs. Et donc, bah c'est un moment difficile. C'est un moment en plus qui est lourd de conséquences parce que, ça a toujours une incidence entre 10 et 15 % sur le CA. Donc 10 ou 15% sur le CA, ça fait beaucoup d'argent, parce que je veux dire, grosso modo c'est l'idée du résultat. Heu voilà, donc ça je le vis mal... Heu donc voilà, mon rapport avec le Michelin est un peu un yoyo.

Ensuite, on le récupère, arrive Monsieur D*, mon chef qui reste 10 ans, et je lui fais un peu trop confiance à mon goût. Il a à l'époque, une recette heu très technique, très intéressante dans l'absolue, mais qui, heu qui, à ce moment-là, je veux dire me... Est mal maîtrisée. Et comme je lui ai fait confiance, heu bah le jour où on est contrôlés, je ne suis pas en cuisine, ou je sais pas ce que je fous. Y a peu de monde ce midi là ou y a une table de douzaine, et il envoie un plat qui n'est pas maîtrisé, donc sanction immédiate. On perd le macaron. Donc on a passé plus de 10 ans sans l'avoir. Et quand je suis revenu en cuisine, y a maintenant 4, 5 ans, on l'a eu heu un an après. C'est ça grosso modo hein ? Quand je me suis vraiment un peu remis en cuisine ? Réellement tous les services là ? C'était quand ?

Comptable : Heu oui c'était il y a quatre ans.

Chef X : Oui 4 ans, et donc la première année on peine le macaron, et un an et demi après on l'a eu. Donc voilà, et puis après monsieur D* est parti, pensant qu'il avait aidé à l'avoir, mais il l'avait surtout aidé à la perdre. Et ça, j'ai des preuves

pour ça. Donc, voilà, qu'est-ce que c'est, bah le Michelin, le Michelin c'est un formidable outil de communication.

Le Michelin c'est quelque chose qui est assez, un concept assez simple en définitive. Puisque je vais vous envoyer une photo que j'avais faite, une capture d'écran. "L'aventure du *Guide Michelin* commence en 1900 avant de devenir la référence internationale des guides gastronomiques. Il est à sa naissance un livret publicitaire de 400 pages, distribué gratuitement. Retour sur une folle épopée...Né de l'imagination d'André et d'Edouard Michelin, les deux frères fondateurs de la manufacture Michelin. Le Guide original, rouge déjà, se propose de donner tous les renseignements, qui peuvent être utile à un chauffeur, voyageant en France, pour approvisionner son automobile, pour la réparer, pour se permettre de se loger et de se nourrir, de correspondre par la poste, télégraphe ou téléphone."

En fait, c'est une... C'est un résumé, un condensé, de ce que peut, de ce qu'est, l'idée de la gastronomie. En définitive.

Étudiante : Pourriez-vous définir en quelques mots ce que représente le *Guide Michelin* ? Vraiment en quelques mots. [...] A vos yeux.

Chef X : Une sélection nationale et internationale, de l'expression des gastronomies, en France et dans le monde. Avec sans nul doute, une sélection rigoureuse et un fonctionnement [hésitation], qui bien sûr n'est pas parfait mais supérieur à tous ses concurrents. Voilà.

Étudiante : Et brièvement, qu'est-ce qui vous a poussé dans la recherche d'obtention de votre étoile ? Fin, est-ce que c'était plus un rêve, ou justement une histoire de famille. Ou bien c'est arrivé comme c'est arrivé ?

Chef X : Alors moi. Je n'ai jamais travaillé pour le macaron.

Étudiante : Ok

Chef X : Et ça, je peux le dire franchement. Parce que... Je me sens et cuisinier, et entrepreneur. Et que je ne ferais ; je n'ai jamais fait de démarche qui heu pouvait aller vers l'image du macaron. Et c'est-à-dire, pour mon plaisir personnel et celui de mes équipes pour avoir cette distinction. Mais en fait, moi, je, je travaille pour le club. Le club il s'appelle Chapelle Saint-Martin, et moi mon boulot, c'est que ce club-là soit le mieux représenté possible.

Pour ça, il est indispensable qu'il soit Relais & Châteaux, ou une autre, ou Leading Hôtel fin voilà. Et il est indispensable qu'il soit, sur un guide, et sur le *Guide Michelin* en particulier. Donc c'est très important pour nous, mais ma démarche, ce n'est pas de faire briller le macaron par rapport à G.D, mais alors là, c'est très clair dans mon esprit : de faire briller le macaron Michelin par rapport à la [anonymisation du lieu].

Parce que... J'ai trop vu des chefs, qui avaient comme obsession, l'image du cuisinier, et heu, et donc de sa personnalité. Donc une forme d'égo, heu des fois au détriment du bon sens de l'entreprise. Et moi, je le dis, et je l'exige de mes

équipes, et des gens qui collaborent pour nous, rien n'est plus fort que le club. Donc nous travaillons, vous, tout le monde travaille pour le club. L'une des façons de travailler pour le club est d'avoir un macaron. Mais, ce n'est pas une fin en soit. Et je travaille pour mes clients, c'est mes clients mon fond, je veux dire c'est déterminé par le prisme de la vue d'un guide et donc de [hésitation] ... D'inspecteurs. Et c'est mon client, si 100 clients disent c'est pas bon chez D. à un moment je veux dire, y a pas de raison pour que le Guide dise c'est bon. Y a pas quelque chose qui fait que [hésitation]... Que c'est une vue uniquement d'inspecteurs.

Étudiante : Ok. Ensuite, donc ma première hypothèse par rapport au Guide Michelin, fin c'est d'étudier entre guillemet, fin de mettre en relief, les notions, entre la notoriété et la légitimité, que le guide peut apporter. Mais allez-y [interruption de quelques minutes de l'entretien].

Étudiante : [reprise de l'entretien]. ...En gros, c'est de mettre en reliefs, les notions de notoriété et de légitimité. Est-ce que le *Guide Michelin* fin apporte... Est-ce que c'est plus de la notoriété, ou est-ce qu'il apporte davantage de légitimité ? Dans sa vision...

Chef X : Bah c'est d'abord, intimement lié. Après heu, chacun y trouve ce qu'il a besoin heu qu'on lui amène. D'abord, à 60 ans on a pas la même perception des choses que celle qu'on a quand on a 25-30 ans. Heu, où il y a une certaine forme de fraîcheur. Moi, j'étais certainement très inconscient à l'époque, et à l'époque je veux dire... Par rapport à mon âge, c'était de la curiosité. Maintenant, les gens qui ont 25 ans et un macaron Michelin, y en a. A l'époque ça n'existait pas. Je fais partie vraiment des gens, fin là c'est pas... A creuser, mais je veux dire, vous pourrez voir qu'en 86, tous les mecs qui étaient macaronnés Michelin étaient plus âgés que moi. Heu... Moi j'aime bien la notion de légitimité, voilà, heu il y a par contre une notion que je n'aime pas c'est la prétention. Voilà, c'est heu mais j'aime bien la notion de légitimité. Voilà. Mais c'est quelque chose... C'est pareil quand les gens disent, ouais c'est au quotidien, faut se battre pour les macarons... Non, faut se battre pour ses clients j'avais te dire. Et d'ailleurs, si le Michelin, et ça s'est une vraie notion, sur laquelle j'insiste, si le Michelin j'avais dire, travaille... Il doit travailler pour le client. Il doit bien sûr, à un moment, faire preuve de discernement. Y a bien des moments, je suppose, où ils inspectent une maison, où il trouve qu'un plat est un peu en dessous, mais ils voient bien que ça vaut un macaron, ou bien deux ou ça vaut trois. Il peut y avoir un repas malgré tout, même si de ce côté-là je veux dire, heu on est pas sur un guide de compassion. Mais j'avais dire, je pense qu'ils savent faire la part des choses, parce qu'on a quand même le droit à ce qu'à un moment, pour une raison X ou Y, le Covid, le [...] Ce qui arrive parfois, quand le mauvais service, c'est heu, le mec qui est malade, le mec qu'a eu un accident, le client qui arrive avec une table de 8 alors qu'ils étaient 4. Fin voilà, on connaît tous ces moments où ça devient heu diabolique je veux dire. Y a trois services par an, ou 5 services par an, ou dans toutes les maisons ça merdouille. Fin voilà.

Et après aussi, il y a cette notion économique. Qui est indispensable. Il faut vivre. Il faut vivre. Il faut que l'économie vive. Moi, ça c'est mon obsession, parce que

pour avoir eu des grandes difficultés financières, et pour en avoir vu surtout, chez d'autres aussi, à commencer par mes parents, si y a un truc qui te traumatise davantage que d'avoir perdu le macaron, c'est de se retrouver dans des conditions financières difficiles. D'où, mon obsession d'en parler. Et, je pense, que désormais je vois, les jeunes qui travaillent autour de moi. Ça leur parle parce que ils voient bien dans leur... Dans les alentours que sont le montalbanais, la Savoie, heu, des endroits avec des belles maisons, ou des maisons moyennes, heu des endroits où sont leurs parents etc. Qui ont fait frouillou alors que les gens ont travaillé 14 heures par jour. Et ça, c'est la pire sentence. L'agonie de l'homme et de la femme, ou du couple, qui ont travaillé pendant 15 ans, 20 ans, et qui se retrouve en faillite. C'est ça la pire sentence. C'est souvent mêlé.

Étudiante : Donc pour vous, le *Guide Michelin* c'est un moyen de légitimer le travail que vous faites ?

Chef X : Hum... Mais pas que je fais !

Étudiante : Oui, enfin de l'ensemble...

Chef X : Que nous faisons. [...] Moi y a des choses que j'ai le sentiment de faire, la déco, l'inspiration heu des équipes, etc... Voilà, ça c'est des choses qui viennent de moi, et l'énergie, la lecture générale de ce que nous voulons. Après, nous faisons la cuisine ensemble, nous faisons le service ensemble, nous faisons l'entretien général ensemble. Je fais la déco, je donne l'idée directrice, encore, que je veux dire maintenant, on fait nos petits questionnaires, qui d'ailleurs ne méritent que d'être encore améliorés. Et, comme vous allez venir avec nous, je ne peux que vous inciter à garder votre fraîcheur. Et surtout, à arriver avec les dents qui rayent le parquet. Vous ne venez plus de la même manière que l'année dernière. Vous venez pour prendre un rôle, et pour prendre un rôle déjà pour cette saison, et peut-être pour d'autres saisons. Les gens qui sont en place, ce sont à la fois, vos compagnons de route, mais, je veux dire... A un moment, tu mords. Voilà... A la fois, vous travaillez pour le club, et vous travaillez aussi pour vous. Et vous, plus vous êtes... Meilleure vous êtes, plus vous faites rayonner le club. Et plus vous-même vous devenez aguerri. Et ça c'est encore un autre problème, on peut en parler [...]

Je vous écoute, j'en ai pour combien de temps encore ?

Étudiante : Du coup est-ce que vous pensez que le *Guide Michelin*, aujourd'hui, il octroie plus de notoriété ou de légitimité ?

Chef X : Je trouve que ce sont... C'est de la dialectique. Et que ça dépend, je veux dire, dans quel sens on le voit. Je pense que ça dépend surtout de sa personnalité. Ya des gens qui recherchent la notoriété, y a des gens qui cherchent la légitimité. J pense qu'à mon âge, on cherche plus la légitimité. Heu, et la notoriété... Encore une fois, moi, j'espère vraiment que cette étoile maintenant, c'est l'étoile d'un club. Et puis j'vais vous dire à 60 balais, les mecs qui veulent vraiment que ce soit... Moi j'ai eu la chance de perdre cette étoile. Et j'ai eu la chance, de faire 6 mois de dépression à cause de cette étoile. Et je dirais grâce à cette étoile, désormais, je la vois comme une récompense, mais c'est pas... Heu

elle est passée du stade, truc essentiel, de chose essentielle, à chose extrêmement importante qui véhicule le club. Mais je veux plus que ce soit... Je le prends plus comme quelque chose de personnel.

Parce que derrière le truc personnel, heu voilà... Comme tout ce qui, comme un oscar. On le voit bien sûr pour les oscars, quand on voit la querelle qu'il y a entre Gilles Lellouche et puis heu je sais plus, Pierre Niney je crois. Je veux dire sur les réseaux sociaux pour l'oscar, je trouve ça ridicule. Vraiment je trouve ça ridicule quand on voit le talent de ce mec... Ce qui est important c'est qu'il continue à faire rêver les spectateurs, s'il a un oscar tant mieux pour lui, mais heu... Je trouve heu qu'il faut faire attention, mais ça c'est une façon très différente, et je pense, très particulière en ce qui me concerne, c'est-à-dire que... Mon égo de chef a pris une telle claque avec la perte du macaron, que du coup j'ai...[Hésitation] Le cynisme qu'il peut y avoir autour de ce métier, j'veux dire sur la valeur ou la mise en valeur du soi-même, heu ne m'intéresse pas. Ce qui m'intéresse c'est de mettre en valeur le club, et ça c'est une véritable obsession.

Étudiante : Je sais... Ensuite

Chef X : Et c'est pour ça que je suis très exigeant avec les équipes sur ce sujet, parce que du coup, je leur demande pas de mettre en valeur mon égo, et je vois les chefs qui demandent à ce qu'on mette en valeur leur égo. Et moi, mon égo, je me vois mal... C'est pas un sujet pour moi. C'est pas un sujet. Et l'égo n'est pas l'histoire. Je veux dire voilà.

Étudiante : Donc, ensuite la deuxième hypothèse c'est de mettre en parallèle une nouvelle forme de critique, donc c'est tout ce qui est critique profane sur les réseaux sociaux, les blogueurs, les influenceurs... Et ce que le *Guide Michelin* produit en parallèle pour pouvoir [...] fin continuer d'asseoir sa légitimité. Donc la question, c'est, que pensez-vous en gros de justement, cette nouvelle forme de critique, sur les consommateurs, avec TripAdvisor, tout ça, les blogueurs, les influenceurs, les réseaux sociaux...

Chef X : Bah le problème c'est que, dans la critique des influenceurs, et dans tout ce qui est réseaux sociaux, y a l'amertume de la vie des gens. Et il y a qui ils sont par rapport à ce qui vive, qui ils sont par rapport à l'argent qui dépense. Y a des gens qui arrivent dans des restaurants en ayant pour obsession de ne pas beaucoup dépenser d'argent. Et qui veulent se taper un macaron. Heu, donc j'veux dire, un moment [...]

Et puis avoir un macaron, ça dépend aussi de la structure dans laquelle on est. Si on a un macaron Michelin dans un bistrot, c'est simple de faire des prix pas chers. Quand on a 40 hectares et 2 200m carré à entretenir, bah tout ça...

Étudiante : Oui c'est lié.

Chef X : Oui c'est un coût général voilà. Alors, après, heu on peut être pour ou contre, toute la structure et tout ce que l'on propose. C'est pour ça que je défends le club. Si je veux défendre que ma gueule, je me mets heu... Je fais 35 couverts, en centre-ville. Par exemple, je vais à la Table du Couvent, je garde mon macaron

là-bas, je bloque à 35. Je vais faire 60 couverts par jour, et ça va être super régulier, ça va être fin comme on est. Mais je veux dire, je me mets à l'abri du risque. Là je veux dire, je me mets aussi, je mets le club en émoi, par rapport aux différentes offres. Fin voilà. Et donc, dans ces perceptions-là, bah les gens, sont pas objectifs. Parce qu'il y a trop de choses qui sont, heu comment... Subjectives. Trop de choses qui sont heu...

Quand quelqu'un juge, heu un mec comme monsieur Richard Mill, ou fin monsieur Bernardaud, qui sont sans arrêt dans les grands restaurants, a pas le même jugement qu'un mec qui vient pour la première fois dans un Relais & Châteaux. Ou dans un macaron Michelin. Donc c'est très erroné. Et y a des choses qui sont très justes, y a des choses qui sont très fausses. Alors l'avantage, c'est que malgré tout sur l'ensemble on peut distinguer le bon du vrai mais c'est heu... C'est quelque chose de très très très très très, heu... Ça peut être dangereux. Y a quand même aussi des règlements de compte. Moi y a une chose qui me gêne beaucoup, beaucoup, beaucoup, et qui fait que pour moi ça n'a pas grâce à mes yeux. Et ça pourrait l'avoir ! C'est l'anonymat.

Ça je trouve que l'anonymat du TripAdvisor est insupportable. Je veux dire, pour moi ça doit être impérativement doublé jveux dire de je signe Analie Cuquel : je pense que la cuisine de monsieur R. est absolument abominable et que celle de monsieur D. est absolument merveilleuse. Voilà. Bravo Analie. [Rires] J'veux dire belle analyse. Heu, voilà. Je pense que monsieur R. est un véritable enculé. Bravo Analie, vous avez une belle analyse. [Rires] Voilà, bon, il faut bien faire attention à ça justement, je veux dire, et j'ai toujours été logique de dire que la cuisine [interruption pour un appel téléphonique].

Étudiante : Donc on a vu que... Fin il y avait plusieurs aspects pour arriver à la notoriété. [...] Donc oui, plusieurs accès à la notoriété, dont les guides, la critique profane, et on a vu, depuis ces dernières années, la promotion d'émissions culinaires à la télé. Quel est votre avis sur la question ?

Chef X : Bah je pense que ça a un avantage. C'est que ça met, complètement, notre métier sous les feux de... Des médias. [Téléphone]. Le problème c'est que ça envoie une image d'un métier : ludique. Parce qu'en fait on est que sur la création, l'interprétation, alors que y a dans ce métier, des contraintes. Et que la contrainte, c'est devenu quelque chose, qui n'est absolument plus jamais évoqué dans notre société, et que pourtant c'est heu, bah la contrainte heu elle est omniprésente. Omniprésente, partout. Heu, et [hésitation], je trouve que ça, exonère complètement, l'image contraignante de ce job. Et, donc, ça donne une illusion de ce que c'est, et ça c'est le mauvais côté, donc voilà, c'est ce qui me gêne dans cette image. Heu... D'une forme de facilité, une forme de jeu, de quelque chose qu'est simplement artistique, médiatique, qui fait des gens qui passent de heu un illustre inconnu, à star absolu, avec les bons et les mauvais côtés. Certains qui le méritent, d'autres qui le méritent un peu moins je pense. Et du coup, ça donne une image tronquée, faussée, je veux dire de ce métier.

Étudiante : Ok. Donc... Vis-à-vis du Guide Michelin, pour continuer d'asseoir sa légitimité, on constate qu'ils écrivent beaucoup d'articles. Est-ce que vous en

aviez conscience ? Enfin, connaissance ou pas ? Du fait qu'ils écrivaient des articles.

Chef X : Le Guide Rouge, écrit des articles ?

Étudiante : Oui.

Chef X : Sur quoi ?

Étudiante : Sur la cuisine, sur... Mais c'est [...]

Chef X : Mais écrit sur quoi ? Où ça ?

Étudiante : Sur Internet. Sur le site y a les articles. Et ensuite, ils ont un magazine, je crois, qui s'appelle l'étoile.

Chef X : Ça marche encore ça ?

Étudiante : Bah... Je sais pas. Visiblement vous ne connaissez pas donc peut-être que ça ne marche pas tant que ça.

Chef X : Si je le connaissais avant. Mais je ne savais pas qu'il était... Alors c'est qu'il est numérique, il n'est plus écrit. Parce que je l'ai connu quand il était écrit... Il faut quand même reconnaître que je ne suis pas heu un bon exemple... Heu je suis pas addict, de mon image personnelle. Je suis addict de notre entreprise, de mes entreprises, et des gens qui travaillent dans mes entreprises. C'est ça mon addiction. Donc en cela, je pense que j'ai une façon différente d'appréhender le match, et le métier. Donc forcément, je suis un peu moins au courant de tout ce qui amène à des articles, à des mises en valeur etc...

Étudiante : Non, mais après, c'est pas plus mal. Ça veut dire... Fin c'est peut-être aussi que le Guide a du mal à promouvoir ce côté-là de leur production. C'est pas plus mal...

Chef X : Je sais pas mais dans tous les cas, je me sens plus concerné par l'offre Chapelle Saint-Martin voilà... Et en étant extrêmement vigilant, pour que la qualité soit top. Mais, hum, parce que le temps qu'on passe à s'occuper de son image, on la passe un peu moins à s'occuper de la qualité globale et totale, je pense, de tout ce que l'on propose. Et là, pour le coup, je pense qu'on ne peut pas me reprocher, de ne pas avoir un engagement sans faille sur ce sujet.

Étudiante : Parfait. Et ensuite, donc la dernière hypothèse, c'est que le *Guide Michelin* est intimement associé à la gastronomie française. Et pour démontrer ça en gros, on met en parallèle, deux guides, qui ont une forte notoriété, donc le Guide Michelin, et le Gault & Millau. Du coup, qu'est-ce que le Gault & Millau représente pour vous ?

Chef X : Alors déjà le Gault & Millau, hors le fait que en 1973 ou 1974, nous avons la clé d'or de la gastronomie française, à l'époque je veux dire le graal du Gault & Millau. Heu après le passage de Monsieur Pompidou chez nous, en la présence

de monsieur Henri Gault et Christian Millau... Hum on a toujours été mal noté. Et puis je vais vous dire, à l'heure actuelle avec le problème de ce conflit ukrainien-russe, heu, je... Vous n'êtes pas sans savoir que le Gault & Millau appartient essentiellement à des capitaux russes. Avec tous les encombrements que ça peut amener à l'heure actuelle [...] Je trouve que ça part d'une très bonne idée, d'une merveilleuse idée même le Gault & Millau au départ. Je pense qu'ils en ont fait... Y a beaucoup de [...], beaucoup de gens qui ont envie d'avoir des articles qui sont obsédés par ça. Et j'ai le sentiment que le métier n'est pas là... Voilà. Mais j'ai pas de jugement sur ce sujet. Je garderais bien de juger mes confrères. Chacun fait ce qu'il veut. Mais je suis pas... Et je dis ça, je dis ça d'autant plus facilement que à 60 ans, encore une fois, j'ai plus intérêt à travailler pour mon club, que pour moi-même, puisque je veux dire, d'un point de vue numérique pur, j'ai quand même moins d'années à passer que les gens qui sont ici aujourd'hui, en poste chez nous. Voilà... C'est-à-dire mon fils, et puis Guillaume.

Donc heu, il y va de la logique du temps qui passe, de la logique de l'entreprise, de la logique de l'entrepreneur, de la logique du club. Voilà. Et donc, je pense que les moyens qui sont mis en face pour bien faire le Guide sont quand même plus importants sur le Michelin et même si à mon sens, et c'est là où le bât blesse, heu... Pour avoir une influence aussi importante sur la gastronomie française, faut avoir, faut être absolument irréprochable. Mais irréprochable. Et ça, c'est vraiment très important je veux dire d'avoir cette notion d'irréprochabilité totale. C'est-à-dire que je répète, comment ça se passe, et ça fait longtemps qu'on les a pas vu d'ailleurs. Ils viennent, ils consomment, ils payent, ils se présentent. Pour moi, c'est le seul moyen, de le faire bien. Vous ne vous faites pas rincer, vous ne vous faites pas payer. Il faut que ça reste comme ça. Donc c'est un gros budget.

Étudiante : Ok. Bon et bien c'est terminé, excepté si vous pensez qu'un point important est à aborder... Que j'aurais potentiellement oublié ?

Chef X : Il me semble être important, que dès lors que l'on veut continuer, et ça, ça peut être quelque chose que moi je pense, mais que vous devriez penser aussi. C'est que, il faut continuer, à voir cette hum... Je sais pas si le mot c'est célérité, mais il me semble. Enfin dans tous les cas, ce côté extrêmement... Faut avoir valeur d'exemple. Avant de commencer à... Il faut vraiment avoir valeur d'exemple, avant de continuer à être le Guide référence. C'est-à-dire à pas être, heu, un guide de corruption, mais un guide de... Ce qui pour le moment d'ailleurs... Tout est perfectible, bien sûr qu'il y a des injustices, bien sûr que j'en ai plusieurs à noter. Bien sûr que moi je trouve que j'en ai été une fois victime, de cette injustice mais une fois sur une carrière... Bah voilà, c'est un moment. Mais j'en ai d'autres que j'ai trouvé extrêmement criantes, qui me viennent à l'esprit, à l'idée dont je ne vous donnerais pas le nom mais qui sont évidentes, qu'étaient d'une cruauté absolue et ça je trouve ça par contre, anormal. Donc c'est vraiment le truc important.

Étudiante : Merci beaucoup en tout cas chef d'avoir pris le temps.

Chef X : C'est avec plaisir ma petite ! [Fin de l'enregistrement]

ANNEXE F - RETRANSCRIPTION DE L'ENTRETIEN 2

Entretien du 1er avril 2022.

Chef Y : chef de cuisine, une étoile au Guide Michelin

Durée de l'entretien : 1 :08 :19

Étudiante : [Introduction]

Étudiante : Du coup, pour commencer, est-ce que vous pouvez vous présenter personnellement, c'est-à-dire âge, carrière et votre histoire, vis-à-vis d'une quête aux étoiles.

Chef Y : Ouais... Et bien. J'ai 38 ans, ça fait... J'attaque la neuvième saison au [Lieu anonymisé]. Après moi quand j'ai commencé dans le métier, j'étais pas du tout axé sur la gastronomie, spécifiquement les étoiles et tout ça... Je savais que je voulais faire cuisinier, que je voulais faire de la cuisine, mais à aucun moment à l'époque, enfin avant que je mette les pieds dans le métier, je m'étais dit « je veux être une étoile, deux étoiles ou trois étoiles ». Heu... Donc ouais, j'ai fait mon apprentissage. En fait, j'ai fait mon école hôtelière, j'ai commencé avec une école hôtelière, j'ai commencé, j'étais à Paris, au lycée Jean Drouant, parce que mon père est, était cuisinier, et heu... Bah en fait, bon quand lui il m'a dit... Lui, au début il voulait pas que je fasse cuisinier, il a dit que c'était un métier de merde et voilà... Et puis, je l'ai pas trop écouté là-dessus. Et il m'a dit « ok, bon si tu veux faire cuisinier, tu fais une école pour avoir un diplôme et tout ça... ». Donc je suis allé à Médéric, fin à Jean Drouant, et je devais faire un BT... Bac Techno en trois ans à l'époque, avec deux ans de BTS derrière. Et donc, j'ai commencé, j'ai fait la première année, mais moi et l'école ça faisait deux. On va interrompre trente secondes... [Interruption de l'entretien].

[Reprise de l'entretien]

Chef Y : Après tu me dis si, parce que je veux essayer de te dire bien les choses, mais si tu t'en cognes, heu voilà, tu me le dis.

Étudiante : Ah non non, au contraire. Tout est intéressant, donc allez-y.

Chef Y : Donc ouais, où j'en étais... J'en étais à Médéric, bac techno et BTS et au bout de la première année, j'ai arrêté. Ça me plaisait pas l'école, c'était pas fait pour moi. Et puis, c'était barbant. Je faisais pas assez de cuisine. Donc j'avais un stage long, à la fin de la première année en cuisine, donc je m'étais dit, que j'allais le faire heu... Pour voir, si le rythme. Parce que bon, quand t'es jeune, t'as 16 ans, tu te dis je veux faire de la cuisine, mais avec le rythme qu'il y a et les horaires de travail et tout ça... Tu te dis, s'engager dedans, où tu vas travailler les week-ends et tout ça. Est-ce que c'est vraiment fait pour moi ? Et donc, j'ai fait mon stage, qui s'est très bien passé, que j'ai prolongé, et donc je me suis dit... C'est ça, c'est fait pour moi. Et donc j'ai arrêté l'école, pour faire un apprentissage. Et j'ai passé un BEP/CAP, à l'époque je pouvais passer les deux en même temps, en alternance. C'était dans un restaurant traditionnel en Bourgogne. Et heu... Donc voilà, c'est là où j'ai commencé un peu à voir, bah à découvrir vraiment le métier. Parce que j'avais une vision, mon père était pas du tout sur la gastronomie, il était plutôt sur de la restauration traditionnelle et c'est là que j'ai commencé à voir. J'ai acheté

des magazines, style les Thuriès tout ça... Et j'ai vu ce que les chefs faisaient tout ça, et ça m'a donné envie de faire ça. Après, j'ai fait mon apprentissage, donc mes deux ans d'apprentissage, et après j'ai voulu justement voir ce que c'était un peu la cuisine étoilée. Donc je suis parti un peu à droite à gauche, faire quelques petites expériences qui se sont pas super bien passées. Parce que je suis arrivée dans des grosses maisons, heu des grosses maisons où si tu veux, moi là où j'ai fait mon apprentissage, où on touchait un peu à tout, c'était l'avantage, c'est pour ça que j'aime bien les petites maisons, à taille humaine. Heu... Parce qu'en tant qu'apprenti j'ai tout fait, j'ai démarré au garde-manger, heu j'ai fait les légumes, et après j'ai fini, comme je me démerdais bien, j'ai fini, je tenais la viande et le poisson tout seul. Je suis arrivé, tu sors d'apprentissage, t'arrives dans des grosses brigades heu... Étoilé Michelin, et tu sors d'apprentissage. Et tu fais que de la merdouille, alors que... Que j'étais capable de. Alors pas avec la maîtrise technique des étoilés, mais j'étais capable de faire beaucoup plus que ce qu'on me demandait de faire. Et donc, un peu frustré, ça se passait pas super, donc je suis parti de ça assez rapidement. Et je suis retourné travailler chez mon maître d'apprentissage pendant un an. Et après je me suis dit « bon faut que je me bouge, faut que je vois autre chose », heu je pars...

Et là, j'ai atterri, pour le coup dans un étoilé mais un peu plus à taille humaine, à Bourges. Et l'Abbaye Saint-Ambroix, donc maintenant c'est plus étoilé, ça a arrêté ce type de restauration, c'est une brasserie je crois maintenant. Et là, je suis rentré comme demi-chef de partie, après je suis monté chef de partie, et c'est là où vraiment j'ai fait de la cuisine étoilée, où j'ai vu ce que c'était un peu la cuisine étoilée. Donc c'était sympa, ça m'a plus donc j'ai fait pas mal de concours, parce qu'à l'époque le chef était Bocuse d'or, et donc du coup il aimait bien les concours aussi, il nous faisait faire pas mal de concours, à tous ces jeunes de l'équipe. Et c'est là où en fait, j'ai pris goût à essayer... Parce que tu peux faire très bien à manger et très bon, sans forcément avoir les étoiles et tout ça. Y a des fois même je trouve, des restaurants non étoilés où tu manges mieux que dans des restaurants étoilés. Heu... Donc, en fait j'ai appris un petit peu à être, plus attentif et soigné, dans les maîtrises de cuissons, les dressages, et tout ça... Un petit peu pointu. Mais sans pour autant me dire, c'est ce que je veux à 100 %. Voilà, sans pour autant me dire, c'est vrai que c'est quelque chose qui me plaisait, l'environnement de la gastronomie étoilée qui me plaisait, mais pas au point de me dire je veux faire absolument ça. Et après, si tu veux les propriétaires de l'Abbaye Saint-Ambroix, ont ouvert un restaurant, un hôtel-restaurant, à Châteauroux dans le centre de la France. Ou là c'était un concept de cuisine ouverte, t'avais la rôtissoire face aux clients, et des fours à pains. Et donc le but, c'était de faire un peu cuisine avec des pièces de viande à la broche, cuire le pain devant les clients, se servir du four quand il est encore chaud pour le pain. Donc un truc où tu es face aux clients, où tu peux t'éclater. Donc là, on s'éloigne complètement de la gastronomie et des étoiles. Bon, comme je connaissais les propriétaires, eux ils cherchaient du monde, moi je voulais partir de Bourges. Je voulais évoluer un peu, ils m'ont proposé la place de second et en fait, le chef qui était en place là-bas, a fait un mois et est parti. Donc moi je leur ai dit « je prends la place on essaye, ça marche, ça marche, ça marche pas, ça marche pas » ; comme ils me connaissaient, ils savaient que je savais cuisiner, tu vois... Mais après, le management et gérer des équipes c'étaient autre chose. Donc du coup, j'ai pris la place de chef, heu ça l'a fait, et je suis resté deux ans et demi comme

chef là-bas, mais pour le coup pas sur le cursus... On était un peu sur une restauration à thème. Je faisais de la cuisine traditionnelle, et heu...

J'ai passé deux ans et demi là-bas, et en fait après, moi je suis originaire de Bourgogne, de Saulieu. Heu il va falloir que... Tu as vu je me mélange, je suis pas le parfait...

Étudiante : Non, non mais c'est pas grave, au contraire !

Chef Y : Donc je suis originaire de Saulieu en Bourgogne, et en fait, au bout d'un moment, je tournais un petit peu en rond dans cet établissement à Châteauroux, j'avais... Si tu veux une super belle opportunité parce que j'étais très jeune et c'est une opportunité qui m'a permis d'être chef, et d'apprendre à gérer une équipe, manager, faire des cartes, faire des ratios et tout ça. Heu sur une cuisine traditionnelle. De me sentir un peu plus confiant en moi et à l'aise parce qu'au moins, de travailler devant les clients, bah mine de rien, tu prends en assurance un petit peu aussi, personnellement. De devoir manager des gens qui parfois sont plus vieux que toi, parce que j'étais jeune à l'époque aussi. Donc j'avais envie de continuer à évoluer aussi, sachant que les propriétaires eux, souhaitaient encore plus de rentabilité, et voulaient m'aiguiller sur du surgelé, et tout ça... Donc j'ai dit « je vais partir », et là en fait heu... Moi chez moi, c'est le groupe Loiseau qui... Je suis originaire de Saulieu, et un petit village à côté de Saulieu, donc c'est la maison Loiseau, qui... Enfin on entend ça partout. On a une boulangerie-pâtisserie familiale dans un petit village à 15 kilomètres de Saulieu et c'est la boulangerie familiale qui fournit le pain à la maison Loiseau. Donc heu, voilà on a... Enfin pour moi, la maison Loiseau avait une résonance déjà depuis pas mal de temps. Et je savais qui chercher des gens à recruter. Donc heu... En fait, c'était pour un de leur restaurant à Paris. Tante Louise. Donc de là je pars à Paris, à Tante Louise, pour être chef. Pour la maison Loiseau. Et là, c'était un peu une étape supplémentaire pour ma part, sans aller dans la gastronomie non plus, je suis resté dans le classique, avec un restaurant traditionnel de quartier. Mais le fait de se dire chef en province, dans un petit restau en province c'est bien, mais chef à Paris c'est encore un cap supérieur. Donc, voilà j'ai fait ça. Je suis resté pendant trois ans et après pareil, j'avais envie de repartir, de rebouger, et là ils m'ont proposé la place de sous-chef pour le Relais Bernard Loiseau où y avait encore les trois étoiles à l'époque. Et c'est là où j'ai pu vraiment... Ça a fait un changement en fait, dans ma carrière professionnelle. Parce que je suis passé dans un cursus où même si à Bourges j'étais chef de partie, et y avait une étoile ; mais après, le reste de ma carrière c'était plutôt du professionnel. Et là, on me proposait une place de sous-chef donc, quand même des grosses responsabilités, dans un trois étoiles. Donc j'ai dit, « bon bah c'est un nouveau challenge pour moi ». Et c'est là où je suis allé, où j'ai pris la place, et c'est là où vraiment j'ai mis un pied, j'avais jamais travaillé dans un deux ou trois étoiles avant. C'était juste une étoile. Donc c'était un gros défi, j'ai pris le poste, j'ai fait trois ans aussi, et en fait, au bout de trois ans, j'ai appris énormément au niveau... Tellement tu vas un peu plus profond dans la cuisine que tu fais, tu te contentes plus de faire de la bonne cuisine, bien réalisée, bien assaisonnée, heu... Bien les bonnes cuissons. Tu vas chercher un peu plus loin dans la conception de tes plats, tu vas chercher les saveurs, dans des produits, tu vas essayer d'être pertinent dans la sélection des produits et sur la saveur de chaque produit. Donc, j'ai appris énormément, en trois

ans là-bas, et au bout d'un moment, bon bah c'est pareil, je me suis dit, bah c'est bien mais travailler, j'avais été chef avant... Travailler, et pas pouvoir être autonome à ce moment-là, dans 100 % de ce que tu fais ; c'était un peu compliqué pour moi. J'ai voulu reprendre une place de chef, et c'est là où je me suis dit, bon j'ai été sous-chef dans un trois étoiles, je vais voir si je suis capable d'en avoir une à moi avec la cuisine que j'ai envie de faire. Donc, j'ai cherché un établissement qui pouvait correspondre à cette perspective d'évolution pour ma part, et c'est là où je suis arrivé ici, au [lieu anonymisé].

Donc y avait une étoile avant que j'arrive, mais comme y avait eu pas mal de chefs, pas mal de changements de chefs à l'époque, avant que j'arrive. Moi je voulais pas, j'avais demandé aux propriétaires qui préviennent bien Michelin que j'arrivais. Je préférais que l'étoile soit enlevée avant que j'arrive plutôt que « ah bah tiens ça a encore changé de chef, bon bah on va enlever » et que ça soit moi qui perde l'étoile, juste parce que je venais d'arriver tu vois. Donc, ils ont prévenu, ils ont enlevé l'étoile. Comme moi j'avais jamais eu d'étoiles à moi avant, ça a mis quelques années pour reconstruire tout. Heu... Parce que y avait pas mal de taff pour remettre au niveau l'établissement quand même. Heu parce que ça avait un peu baissé, niveau qualitatif, niveau structurel, niveau matériel et tout ça, et sur la saison 2016, donc début 2017, on a récupéré l'étoile, et là je pouvais dire que c'était mon étoile. Voilà.

Étudiante : Oui, satisfaisant non ?

Chef Y : Ouais ouais. Bon j'ai été un peu dans tous les sens, mais au moins t'as mon parcours.

Étudiante : Non, non mais c'est très bien. Et rapidement, la cuisine que vous faites ici, à [lieu anonymisé]. C'est plutôt... Enfin, vous la décririez comment ?

Chef Y : Bah après... Quand tu regardes, tout le monde dit des cuisines modernes, innovantes... Tu sais quand tu lis les commentaires de chefs étoilés, ou même voilà comme tout le monde dit. Moi, j'ai pas l'impression de faire une cuisine très innovante en fait, heu, ou pas forcément moderne, c'est juste que... On essaye de faire une présentation, un dressage, qui soit assez épuré, et agréable à l'œil. Heu, mais j'ai pas l'impression qu'elle soit vraiment très moderne, au contraire, je préfère une cuisine un peu, parfois, plus classique. Et tu vois, là où je vais porter des touches qui peuvent paraître modernes c'est avec... En travaillant avec des herbes, en relevant bien les choses, ou avec une épice, un poivre mais je vais pas aller faire de la déstructuration ou mettre des gelées de partout... Fin tout ça, c'est pas mon truc tu vois, moi j'ai une cuisine qu'est assez classique, traditionnelle et encrée dans ce que j'aime. C'est la cuisine que j'aime donc j'ai pas envie de faire autre chose, donc je fais ça. Maintenant, j'ai, je travaille quasiment à 100 % avec du local, des petits producteurs, en circuit court, j'essaye de rester sur l'Occitanie pour les produits et donc voilà, ma cuisine elle va être plutôt classique et cuisine de terroir, de produit.

Étudiante : Ok parfait. Donc maintenant, on va commencer à parler du Guide Michelin, un petit peu. Donc, est-ce que vous pourriez définir en quelques mots ce que le *Guide Michelin* représente à vos yeux ? Enfin, pour vous. [13 : 07]

Chef Y : Bah alors...Bon, je t'ai dit j'ai un parcours... Parce que, tu vois par exemple, là je me retrouve avec des gens jeunes qui sont passés avec moi, dans les maisons où je suis passé, et, heu notamment chez Loiseau, où quand ils travaillaient avec moi chez Loiseau, ils avaient déjà fait ; c'est-à-dire qu'ils sortent de l'école, où ils font des stages d'école dans des étoilés, ils continuent dans des étoilés, et ils font toute leur carrière dans des étoilés. Moi, j'ai pas fait ça, j'ai fait un peu un zigzag, donc t'en as ils ont des cursus que étoilés, moi c'était pas le cas. Heu c'est vrai... Que les étoiles ça fait un peu rêver, quand t'es cuisinier. Parce que c'est un peu signe d'excellence. Enfin, c'est des récompenses, c'est comme tu vois, je pense pour un sportif qui va aller... Bon nous on a des concours aussi pour ça, mais la cuisine et les services c'est des concours tous les jours, à chaque service. Parce que les concours, il faut être bon une fois, heu le jour J, mais les restaurants il faut qu'ils soient bons tous les jours et deux fois par jour. C'est ce que beaucoup de chefs disent et te diront sûrement, et c'est on remet en jeu notre médaille, ou notre étoile tout ça à chaque service. Donc, si tu veux c'est un peu perçu comme une récompense, comme un sportif va chercher des titres aux jeux olympiques, aux coupes du monde et tout ça. Et sauf que nous, on les joue tous les jours en fait. Parce que tous les jours, nous on est jugé par nos clients, et être jugé de manière anonyme par un inspecteur de tel ou tel guide, et du *Guide Michelin* notamment. Donc voilà, si tu veux c'est, pour moi en tout cas, je le perçois... En fait, je le perçois maintenant différemment d'il y a quelque temps.

Quand je suis arrivé à [lieu anonymisé], je voulais absolument une étoile. J'étais obsédé par ça, je m'étais dit je veux avoir une étoile, parce que je veux montrer que je peux, que je suis capable d'être un chef étoilé. Et en fait, j'ai travaillé un petit peu trop dans ce sens-là, en oubliant de me faire plaisir. J'oubliais parfois de faire la cuisine que je voulais faire. Donc j'étais un petit peu trop à regarder ce que les autres font, et à me dire « il faut que je fasse ça », pour avoir une étoile. Et aujourd'hui, je vois les choses un peu différemment, aujourd'hui, je suis content, heu content d'avoir l'étoile mais je trouve que c'est plutôt une reconnaissance. Alors c'est une reconnaissance si tu veux par rapport aux autres, parce que ton regard, fin le regard qu'on porte sur toi quand t'es étoilé ou pas étoilé est différent, de la part d'autres chefs. Y a des fois, y a d'autres chefs qui...

Putain, l'autre jour je suis allé manger dans un restau y a un an, pas très loin, j'avais l'impression d'être Paul Bocuse quand je suis rentré dans son restau au chef. Alors que je lui dis, c'est bon, on se serre la main, on se tutoie, je suis comme toi. Mais juste parce que j'avais l'étoile. Donc tu vois, la perception des fois, des gens est différente...

Étudiante : Oui change.

Chef Y : Bah parce que tu as l'impression, de passer dans une catégorie que... Autre. Par rapport au chef sans étoiles. Mais moi, pour moi, au début l'étoile, ouais je percevais ça comme un objectif, obligatoire, à atteindre. Et je me mettais la pression avec ça. Aujourd'hui, je considère plus ça comme une récompense du travail qu'on fournit et pas que de mon travail. Ça récompense un petit peu si tu veux, on est un métier où on fournit quand même beaucoup d'effort, c'est dur et intense. Je trouve que ça vient récompenser le travail de toute une équipe plutôt

que juste moi, le chef heu qu'à son étoile. Aujourd'hui, je le perçois plus comme ça. Aujourd'hui j'aimerais, enfin je me dis, j'aimerais avoir une deuxième étoile, mais je me dis pas j'aimerais dans le sens où il faut avoir une deuxième étoile, c'est juste que j'aimerais parce que je trouve qu'on évolue bien dans notre cuisine, et que le travail qu'on fournit, ça serait une belle récompense... Du travail qu'on fournit. Mais je me dis pas, il faut qu'on fournisse ce travail pour avoir la deuxième étoile. Tu vois, je me dis pas « il faut qu'on fasse ça, ça ou ça ». Je me dis aujourd'hui, le niveau d'investissement que l'on a, et le niveau de soin qu'on apporte à la maîtrise de tout ce qu'on fait, et à la satisfaction du client, fait que si à un moment donné la deuxième étoile elle arrivait, ça récompenserait... Heu ouais ça récompenserait et ça valoriserait tout le travail fourni. Mais je suis pas dans le truc de me dire, de me dire il faut absolument qu'on est la deuxième, il faut qu'on fasse ça, et ça.

Et tu vois, ce qui est rigolo... C'est que quand je suis arrivé ici, donc le château avait perdu son étoile, moi j'avais pour ambition d'avoir mon étoile, les propriétaires voulaient qu'on récupère une étoile, et j'étais tellement focus là-dessus que finalement... Je pense que je faisais pas en fait, j'étais pas dans le vrai, tu vois. Parce que justement comme je te disais, j'essayais de regarder ce que les autres chefs étoilés faisaient, et voilà... Et finalement, je faisais pas ce qui me plaisait à moi vraiment et parfois bon je me dis, mon assiette elle est peut-être pas... Elle est peut-être pas laser, elle est peut-être pas... Ou alors, tu vois y a un petit peu de jus de viande heu fin tu sais c'est l'exsudat qui coule un peu, elle est pas parfaite, parfaite. Mais je me dis c'est pas grave parce que je sais, qu'elle est jolie esthétiquement parlant, elle sent bon et je sais surtout que le client va se taper le cul par terre quand il va la manger. Et c'est les retours qu'ils me font. Attends désolé, on fait une petite pause [...]

Oui, en fait, au début j'étais vraiment dans le truc, j'étais trop obsédé par l'étoile, et en fait elle arrivait pas, elle arrivait pas, et heu... Tous les ans j'attendais, enfin les trois premières années j'attendais la sortie du Michelin... Je me disais quand même, ce qu'on fait heu voilà. Et je m'obsédais un petit peu là-dessus. Et en fait, la troisième année je me suis dit, bon à un moment donné, ok mon ambition c'est d'avoir l'étoile, le château veut récupérer l'étoile, mais... Je commençais à si tu veux, à arriver à me mettre des choses en place au château, à faire que les choses avancement, voilà... Ça avait une bonne dynamique, j'arrivais moi à me structurer une équipe, heu faire de plus en plus du bon travail, les clients étaient contents, j'avais de super retour, on augmentait l'activité chaque année, et tout ça. Je me dis à un moment donné, bon ok Michelin c'est bien, mais on parle de quoi. Parce qu'en fait on parle de quoi ? On parle d'être inspecté par des gens, tu sais pas quand est-ce qu'ils viennent, on sait pas leur préférences culinaires. On va manger tous les deux dans le même restaurant, y a des choses que tu vas aimer, y a des choses que je vais pas aimer.

Étudiante : Oui, c'est très subjectif quoi.

Chef Y : Ouais voilà, c'est ça. Donc heu, si tu veux t'es jugé par des gens qui ne vont pas adhérer à ta cuisine. Et ça se trouve tous les clients que t'as ils sont super contents, mais le mec qui va venir t'inspecter il va se dire « non moi j'attends pas ça, ça vaut pas une étoile » ou « moi je préfère la cuisine plus

moderne » ou tout ça, sachant que moi je savais que j'avais une cuisine plus terroir et classique et traditionnel. Donc je me suis dit, bon bah écoute, l'étoile tant pis. C'est pas grave. Elle viendra un jour ou elle viendra pas. Peu importe. Heu... Ce qui m'importe moi, c'est de me faire plaisir, que mes équipes soient contentes de venir travailler avec moi, que mes équipes soient, prennent du plaisir à faire la cuisine qu'on fait, et que les clients soient contents. Parce que bon faut quand même que les clients soient contents aussi.

Et là, à partir du moment où je me suis sortie complètement, de la tête, de me dire « je veux avoir l'étoile Michelin », je me suis libéré si tu veux, d'un peu, un poids, dans ma conception des plats, dans ma manière de travailler, dans ma cuisine... Et heu, j'ai fait ce qui me plaisait, comme ça me plaisait, de manière un peu plus décomplexée, et en fait c'est là que l'étoile est arrivée. Donc, est-ce que c'est le fait d'un hasard, est-ce que c'est... Je sais pas, mais ça s'est passé comme ça. J'ai vraiment eu ce sentiment de, de ce sentiment... De me dire en fait, c'est au moment où j'ai arrêté de penser à ça, que...

Étudiante : Que vous l'avez décroché oui.

Chef Y : Et inversement, quand j'ai eu l'étoile, comme on est fermé l'hiver, j'en avais parlé avec Stéphane A. à l'époque... Je me suis mis une pression, mais une pression de dingue quand on a rouvert. Parce que si tu veux, on a fermé on était pas étoilé, on a eu l'étoile pendant la fermeture, et on a rouvert avec l'étoile. Et là c'était une pression de dingue, en me disant « putain est-ce que ce que je fais là, ça vaut l'étoile », et tout ça, « est-ce que les gens vont se dire ouais c'est cohérent » avec le fait qu'on est eu l'étoile, et tout ça... Et ça a duré pendant un mois, un mois et demi à la réouverture. Et je faisais même des blocages pour la création des plats, parce que j'avais peur de pas être au niveau. Et à un moment donné, je me suis dit mais je suis trop con parce que c'est justement au moment où je me suis décomplexé du Michelin que j'ai fait ma cuisine comme je la ressentais, que j'ai eu l'étoile. Et, en fait, je l'ai eu sur l'année d'avant où je me suis comporté comme ça. Donc autant arrêter de se prendre la tête et continuer comme ça.

Étudiante : Ok... C'est intéressant parce que du coup, vous dites un peu ce que j'ai lu. C'est comme si vous vouliez répondre aux codes, entre guillemets que le Michelin peut instaurer. Et...

Chef Y : Bah en fait si tu veux, là c'est en train un petit peu de s'inverser j'ai l'impression parce que y a eu avec la période covid, déjà y a beaucoup de chef qui ont changé d'orientation. T'as beaucoup d'établissements, t'as beaucoup de palaces, qui ont arrêté la gastronomie pour avoir des restaurants plus traditionnels ou des concepts à thème. Tu sais au lieu d'avoir un gros restaurant qui coûte énormément d'argent, mais c'est un peu la vitrine tu sais avec les étoiles. Ils ont arrêté, ils ont fait plusieurs points de restauration, un truc asiatique, un truc machin, un truc décontracté, un bar, où tu peux manger et tout ça. Donc déjà y a beaucoup de gros restaurants étoilés qui se sont arrêtés comme ça dans des gros palaces, dans des grosses structures. T'as des chefs propriétaires qui se sont dit « on arrête les conneries parce que ça coûte un pognon monstre la gastronomie étoilée ».

Heu... Mais t'as eu une période donc... Et puis tu vois, Michelin qu'a rétrogradé Bocuse, Haeberlin...

Étudiante : Oui des institutions.

Chef Y : Qu'a enlevé des étoiles à certains grands chefs tout ça, notamment avec la famille Bras, tu vois. Et puis derrière, les chefs qui disent « ok, bah pas de soucis, mais on se retire carrément du Michelin parce qu'on comprend plus » tu vois comment... Nous on se donne tous les jours, on est là tous les jours de l'année, midi et soir, à faire notre truc du mieux qu'on peut et avec notre cœur, notre âme et tout ça... Et vous, vous arrivez, vous nous jugez, et heu bah c'est des sanctions. Et le Michelin a une telle notoriété, que si tu veux c'était hyper impactant sur, sur tout ça. Heu... Et donc, et t'as eu une période ou même, les mecs, c'étaient des consultants qui étaient pas du tout chefs de cuisine, mais qui c'était mis à... Si tu veux, proposer leur service pour dire « tu veux avoir une étoile, bah moi je vais venir dans ton restau, je vais manger et je vais te dire ce qu'il faut que tu fasses pour avoir une étoile ». Je sais pas si t'en avais entendu parler...

Étudiante : Non, du tout. Mais...

Chef Y : Mais heu... T'en avais pas mal, t'avais pas mal de mecs comme ça qui se sont mis à faire ça, et heu... Faire du consulting comme ça, et t'as même des établissements, une et deux étoiles, qui ont payé des mecs des fortunes pour les accompagner avec soi-disant les codes de ce qu'attendent Michelin pour avoir trois étoiles. Et j'ai rencontré y a pas très longtemps, mais je préfère pas dire qui, c'était y a quelques années, c'était y a trois ans. Sur une maison qui heu... Dans les deux années avant ses trois étoiles, qui disait concrètement, qu'ils avaient investi, ils ont fait tout ce qu'il fallait faire pour avoir la troisième étoile. Donc investi dans des travaux dans le restaurant, dans l'hôtel, heu... Dans le personnel, dans l'art de la table, dans tout ça... Il disait, « nous s'est pas compliqué, on a fait tout ce qu'il fallait pour avoir les trois étoiles ». On avait des consultants qui nous disaient `` faut faire ça, faut faire ça, la cuisine, il faut faire ça. Et tu vois, moi c'est là où je trouve dommage, c'est quand tu dois, pour avoir des étoiles, tu dois te dire, bah t'en arrives à un business comme ça... Donc, t'as des gens extérieurs qui viennent te dire ce qu'il faut que tu fasses dans ta propre maison pour avoir les trois étoiles. Et comment, le chef propriétaire peut se dire « Attends, je vais faire ce qu'on me dit de faire dans ma maison pour avoir trois étoiles » et c'est là où je trouve qu'à ce moment-là, tu peux atteindre la limite de ce qui est bien, fin de... Tu vois, les étoiles Michelin ça doit rester comme je te dis, fin pour moi, ça n'engage que moi ce que je te dis, mais ça doit rester comme une récompense pour le chef, la maison et les équipes, d'un travail qui est fourni... Mais ça doit pas être une obsession, ou ça doit pas être une motivation, en se disant « il faut qu'on est ça, ça, ça ». C'est ce qu'il arrive, tu risques de te perdre dans ce que tu aimes vraiment.

Étudiante : Oui, on perd son identité...

Chef Y : C'est ça. Pour moi, j'ai pas envie de dire je fais ça ou ça, j'ai plus envie de ça. Tu vois de dire, il faut que j'achète ça, il faut que je fasse ça... Et donc, tu

vois je trouve ça un peu dommage d'en arriver... C'est là où t'en arrive, je trouve pas le mot, mais au côté un peu vicieux ou négatif de la notoriété que Michelin a pu avoir. Ça doit être quelque chose, un élément qui nous fait rayonner vis-à-vis de notre clientèle, ou sur la planète, mais ça doit pas être quelque chose qui fait qu'on change notre façon de cuisiner, ou notre façon de voir les choses en fait...

Étudiante : Ok. Donc le premier axe que j'ai pu étudier, c'est l'apport justement de notoriété et de légitimité que le guide peut avoir. Donc, est-ce que vous pourriez définir ce qu'est la notoriété, en sachant que c'est votre propre définition. Il n'y a pas de bonnes ou mauvaises réponses sur ça.

Chef Y : Ouais, en fait si tu veux, heu... Si tu veux, comme je te disais toute à l'heure, on te regarde différemment si tu as une étoile ou pas d'étoile. Heu... Déjà les clients ont un autre regard sur toi. Les collègues, enfin les autres, les autres chefs. Heu t'arrives t'as pas d'étoiles, t'es un chef, dans un milieu... Enfin, t'arrives à un événement de chef, t'as pas d'étoiles...

Étudiante : Oui, t'es personne.

Chef Y : Ouais ! Bon, si tu connais déjà des gens, bon bah ok. Mais si t'as une étoile, t'es considéré différemment. Alors après, si t'as deux étoiles t'es encore considéré différemment, et trois étoiles c'est encore autre chose. Et alors, ce qui m'a fait le plus marrer... Alors là, ça m'avait bien fait marrer. Donc comme je te disais, on a fermé le château on avait pas d'étoiles, on a eu l'étoile l'hiver, et on a rouvert avec l'étoile. Donc l'année d'avant, certains fournisseurs c'était... « Ouais, bon, j'essaye de te faire ça, de passer, machin... On a pas le temps », enfin voilà tu vois. Un peu comme ça. J'ai l'étoile, et là, c'est pas moi qui appelle les fournisseurs pour demander quelque chose, c'est les fournisseurs qui m'appellent « oh bah tiens, je passe te voir », « ouais mais j'ai besoin de rien », « oh mais c'est pas grave, je passe te voir, te faire un coucou » et heu... De la relation cordiale, parce que d'un client à un fournisseur, on est passé à amis tu vois. Donc les mecs ils arrivaient, ils me tapaient dans le dos, ils me claquaient la bise, tu vois...

Étudiante : Oui, oui, changement de comportement dû à l'étoile...

Chef Y : Ouais, et là ça me fait marrer. Parce que moi, je suis toujours resté la même personne, et l'étoile je l'ai eu... C'est mon travail, mais c'est le travail de mon équipe, c'est le travail du château et heu... La perception des gens, c'est tout de suite « bon maintenant t'es étoilé, alors je te tape la bise » voilà, on est potes, comme s'il fallait... Voilà, y avait plus d'intérêt maintenant que j'étais étoilé. Donc c'est des choses qui me font un petit peu marrer. Après [hésitation]. Que te dire de plus là-dessus, après ça fait plaisir à son égo de se dire qu'on est étoilé aussi. C'est un... On atteint. C'est un peu comme le sentiment d'avoir évolué dans ta cuisine et d'atteindre un certain niveau. Donc voilà, agréable. Maintenant, je sais très bien que si je voulais faire de la cuisine, je pourrais pas la faire tout seul. Heu... Voilà, si j'avais pas mon équipe avec moi... Certes c'est une équipe que j'ai construite, à qui j'ai appris la cuisine que je voulais faire, je les ai fait évoluer. Je suis là pour les encadrer et leur dire quand ça va ou quand ça va pas. Et tout seul, ça serait pas possible. Voilà... Je sais pas si ça répond à ta question.

Étudiante : Oui, oui c'est parfait. Et est-ce que du coup pareil, vous pouvez décrire la légitimité ? Enfin, qu'est-ce que ça vous évoque ?

Chef Y : Alors qu'est-ce que t'appelles légitimité exactement ?

Étudiante : Quand on dit que le *Guide Michelin* légitime, c'est que... Comment expliquer. Au-delà d'une reconnaissance, c'est comme s'il donnait son approbation entre guillemets sur le travail qui est fait.

Chef Y : Bah si tu veux, en fait oui, avant c'était, mais c'est ce qui fait débat depuis pas mal d'années maintenant. Et c'est pour ça qu'il y a beaucoup de chefs qui ont rendu leurs étoiles aussi, c'est-à-dire que, fin c'est un peu tout ce que je te raconte depuis toute à l'heure. T'en a qui vont faire tout ce qu'il faut entre guillemets pour séduire Michelin, pour avoir le plus d'étoiles possible. Et t'en as qui ont juste envie de faire ce qu'ils ont envie de faire, comme ils ont envie de le faire. Alors y en a, qui utilise bon bah tant pis les étoiles, et y en qu'ils le font et on leur a donné des étoiles un certain nombre d'années, mais à un moment donné on leur enlève, et ils comprennent pas spécialement pourquoi non plus. C'est ça qui est assez compliqué, c'est que sous cette... Même si y en a qui vendent des services en disant qu'ils savent ce qu'il faut faire pour avoir les étoiles, tu sais pas vraiment ce qu'il faut faire.

Donc après, la légitimité du Michelin, normalement elle est juste d'accompagner les chefs et de les mettre en avant. Heu... Pas de leur mettre une panse. Maintenant...

Étudiante : C'est juste que c'est quelque chose qui a quand même beaucoup été... Remis en cause ces dernières années. Notamment avec, vous en parliez toute à l'heure mais Bras...

Chef Y : Elle a été remise en cause parce que si tu veux, heu... C'est ce qui revient notamment sur Atabula, si t'as pu lire un peu aussi. Mais c'est que tu sais pas vraiment, sur quels critères ils se basent... Parce que tu vois, moi j'ai été mangé dans un étoilé Michelin y a pas très longtemps, à Brive, et... Alors c'est difficile pour moi de juger ma cuisine, mais bon, je [hésitation]... J'essaye de m'auto juger quand même, et j'ai les clients qui me jugent aussi. Et je me dis « putain, moi j'ai une étoile, lui il a une étoile, mais je comprends pas » Tu vois ?

Étudiante : Oui, deux univers différents...

Chef Y : Ouais. Et même, au niveau de la... Au niveau de ce qui avait dans l'assiette. Je me dis, lui il a une étoile, moi j'ai une étoile, tu mets les deux cuisines en parallèle heu... Y a un fossé quoi. Après, y en a qui vont te dire qu'ils comprennent pas pourquoi un tel ou untel n'a toujours pas ses trois étoiles, et qui vont donner... Et tous ces petits débats-là qui font que des fois, on peut poser la question de légitimité. Mais ceux qui vont poser cette question-là, se sont souvent ceux qui n'ont pas les étoiles qu'ils ont envie d'avoir, et qui vont te dire, bon voilà... Après y en a beaucoup qui disent, Michelin c'est comme ça, ça fonctionne comme ça, soit t'acceptes les codes...

Étudiante : Le système...

Chef Y : Ouais, le système, soit tu cherches pas à avoir des... Tu te dis bah non, jouez hors-jeu du Michelin. Pardon, je suis hors-jeu du Michelin. Et légitimité, c'est vraiment... Enfin pour moi, poser la question de la légitimité du Michelin c'est ceux qui sont soient frustrés de pas avoir les étoiles qu'ils ont envie d'avoir, soit ceux qui veulent essayer de dénigrer le Michelin pour leur intérêt. Parce que...[hésitation] C'est comme TripAdvisor, quelle est la légitimité de TripAdvisor, t'as des commentaires partout. Soit t'es jugé partout. T'essayes de faire de ton mieux mais t'es jugé, quelle légitimité ça à, à te juger ? Comme ça, sans compter que les goûts et les couleurs des gens c'est...

Étudiante : Toujours subjectif.

Chef Y : Ça va, je réponds à tes questions ou... ?

Étudiante : Oui, oui c'est parfait. Vous anticipez même un peu. Du coup, bah la prochaine question portait sur la critique profane, donc c'est la critique que l'on retrouve sur les réseaux sociaux, TripAdvisor, etc... Mais est-ce que... ? Vous en avez plus ou moins parlé, mais est-ce que du coup, vous y portez beaucoup d'attention ou... ?

Chef Y : Je regarde pas du tout. Absolument pas. Je regarde jamais, et les seules fois où j'ai des retours c'est parce que Steven le regarde un petit peu des fois, et donc il va me dire. Ou alors, pour la réception, ils regardent. Parce que bon, on est aussi sur l'hôtel...La direction ils ont quand même un devoir de réponse parfois, quand on est attaqué, ou autre... Mais moi, je regarde absolument pas. Parce que je préfère avoir... Alors, je dis pas que ça peut pas être enrichissant, parce que la critique est toujours constructive. Ça permet des fois de se remettre en question, un petit peu sur des choses. Ou des choses où on pense un peu, on pense être dans le vrai ; si la remarque se répète, c'est là où il faut se poser la question, à se dire bon... Bah par exemple, tu vois, si ça revient plusieurs fois dans un commentaire de dire que le plat est trop salé, faut rectifier à un moment donné. Mais si t'en as un qui te dit que c'est trop salé, bon c'est peut-être juste que la personne elle mange pas du tout assaisonner et que... Voilà. Mais je regarde pas. Je regarde pas parce qu'en plus y a une tendance à... [Hésitation] Pour en avoir parlé avec pas mal d'autres chefs, on est... Si tu veux, ça nous prend assez vite à cœur. Et les remarques... Et on a... c'est un travail qui nous demande beaucoup d'investissement, qu'est très fatigant, très prenant, et où physiquement et intellectuellement, parce que t'es toujours en train de penser aux recettes, aux plats et tout ça. Heu, et des fois alors que toi tu te donnes à 200 %, c'est pas parce que tu te donnes à 200 % que tu peux pas faire d'erreur. Tu peux faire des erreurs, ou tu peux faire quelque chose qui ne plaît pas à tel ou tel client, pour des histoires de goûts personnels. Et des fois, de voir des gens qui se permettent de démonter, t'en as des fois, qui font des remarques très constructives avec qui tu peux échanger, tu peux parler. Mais en règle générale eux, ils le mettent pas sur TripAdvisor, ils vont te dire les choses directement. Et après, t'as des fois des gens qui mettent des trucs c'est tellement saignant... [...] Et t'as des gens qui se permettent de démonter ouvertement parce qu'ils sont heu... Si tu veux, ils sont

derrière leurs écrans, et puis c'est devenu tellement, tellement commun de critiquer. Regarde rien que les émissions de télé, ils font des émissions télés où tu sais, ils sont tous à se marier et chacun va critiquer le mariage de l'autre. Bop, enfin, on est dans une société où on passe notre temps à... T'as CC qui va dire non, faut pas s'habiller comme ça, faut pas s'habiller comme ça, mais si moi j'ai envie de m'habiller comme ça, je m'habille comme ça et je t'emmerde. Tu vois ? Donc, bon, voilà... On est dans une société où c'est de plus en plus facile de donner son point de vue, donner son avis, sans forcément connaître tout ce qu'il y a derrière. Et des fois, quand tu connais tout ce qu'il y a derrière, tu peux te dire, bon bah ok c'est une petite erreur, mais c'est pas bien grave, on va pas aller... Et c'est pour ça que des fois, ça peut prendre un peu plus à cœur, sur les gens qui font et qui s'investissent beaucoup. Après, on peut faire des erreurs, faut savoir les rectifier... Donc je regarde jamais !

Étudiante : Très bien. Donc, on parle de la critique profane, parce que nous, sur le travail de recherche, on estime que c'est un moyen d'accéder à la notoriété aussi... Enfin, tout ce qui est réseaux sociaux etc. Et dans cette catégorie, on met également tout ce qui est émissions culinaires. Du coup, est-ce que... [Interruption]

Est-ce que vous êtes d'accord avec le fait que les émissions culinaires peuvent permettre d'accéder à la notoriété sans pour autant avoir ne serait-ce qu'une étoile au Guide Michelin.

Chef Y : Alors, moi je trouve, alors là c'est... Alors je regarde Top Chef, j'aime bien regarder Top Chef, mais heu... Je suis un peu, un peu parfois énervé quand je regarde Top Chef. Parce que je trouve que c'est pas représentatif du tout, du métier... Parce que dans le métier t'es pas à courir partout dans ta cuisine, à prendre des trucs paf, les balancer sur la planche, et tout... Heu, c'est je veux faire un truc, ils te prennent un céleri comme ça, ou ils te prennent un poisson comme ça, ils utilisent ça [montre] et le reste, ils te balancent le produit. Et là je trouve que c'est pas une belle image pour nous la profession. Après ça a suscité des vocations, donc... Bah là-dessus, c'est le côté positif. Et quand tu les vois faire le truc, et là l'autre fois, quand je l'ai regardé ils étaient en train de lever un saumon et tu te dis, mais c'est un carnage quoi... Et en fait, c'est là où tu vois, c'est là où ça me gonfle, c'est qu'en fait derrière, et c'est là où j'ai un peu un désaccord, et où je comprends pas tout. C'est que t'as des mecs comme ça, qui vont faire un truc, one shot, hop ils vont te faire un truc, et la cuisson va pas être super bien maîtrisée et machin tout ça, mais ils vont être passé à la télé, ils vont avoir une notoriété. Ils vont avoir fait un truc une fois, maintenant le faire une fois pour 4 chefs, qui vont goûter, et le faire heu... Derrière un fourneau, avec une équipe, et c'est pas toi qui réalise, c'est les gens qui réalisent pour toi... Et le faire tout un service, et que tout le monde soit content du résultat, et le refaire le lendemain et tout ça, et tout ça, et tout ça... Tu vois, ce sont deux choses différentes. C'est des choses bien différentes. Et ces gens-là, parce qu'ils sont passés à la télé, ont une notoriété énorme, et à côté de ça, ils vont avoir des financements, pour ouvrir leur propre restaurant... Et tu vois, c'est mon rêve pour moi d'avoir mon propre restaurant, à moi un jour, et je me suis fait ronflonné plusieurs fois déjà des banques parce que j'avais pas les moyens financiers d'ouvrir mon restaurant.

Et ces mecs-là, heu ils vont avoir des mecs qui vont venir investir pour eux, des banques qui vont les suivre parce qu'ils sont passés à la télé... Et quand tu vois que c'est pareil, tu vois, pour aller au bout du truc, t'es sur Michelin, quand tu vois que maintenant c'est... T'as l'impression que Top Chef et Michelin sont presque macqués parce qu'il faut mettre en avant les chefs qui sont passés à Top Chef et qui sont étoilés, heu t'as l'impression ça se lance la balle comme ça entre Michelin et Top Chef. Et surtout quand tu vois que des mecs, tu vois par exemple, qui sait qu'a ouvert là... Cheval Blanc, Arnauld Donckele, il a même pas un an d'ouverture, mais le mec il est posé, il a déjà trois étoiles. Philippe Etchebest, il a quelque mois d'ouverture, il chope une étoile. Tu te dis, le mec est légitime, il est meilleur ouvrier de France, il a déjà un restaurant, à Saint-Emilion, il avait deux étoiles... En quatre, ou cinq mois d'ouverture, Michelin lui donne déjà une étoile. Tu te dis, pas de problèmes, le mec est légitime. Maintenant, tu prends un mec qui a fait Top Chef, qui t'as fait deux trois boum boum machin, heu il va dans un éconamat, il prend tout ce qu'il veut, il se pose pas la question de savoir si son ratio va être bon à la fin, si le plat coûte tant, à la sortie il coûte tant... Il prend ce qu'il veut, il fait ce qu'il veut, comme il veut, fin tu vois c'est, c'est un peu de la poudre aux yeux. Et derrière, il ouvre un resto et au bout de deux ou trois mois, on lui donne une étoile, alors que ça se trouve six mois après le mec il va avoir fermé, ou fait... Plus du tout la même chose. Parce qu'il a jamais été entrepreneur avant, il a jamais été chef avant. Et c'est comme ça, parce que trop de paille tu vois. Donc, c'est ce côté-là que je trouve bien et pas bien. Et je sais pas si... Si tout ça est bon pour l'avenir. Tu vois, je me dis, est-ce qu'à un moment donné on va pas le payer comme aujourd'hui on paye le fait que les chefs avant se soient comportés un peu comme des enculés avec leur personnel. Un peu trop militaire, un peu trop con, un peu trop gueulard voilà... Et puis, les patrons, tu fais des heures et tu te tais, déjà je te donne du boulot, soit content. T'as voulu faire cuisinier, tu savais que...

Étudiante : Que c'était comme ça...

Chef Y : Ouais voilà. Tu vois ça aujourd'hui, on le paye. Je sais pas si à un moment donné on payera pas ça aussi. Je sais pas si du coup, je me suis pas égaré un peu de ta question...

Étudiante : Non, non du tout. Et vis-à-vis des réseaux sociaux ? Qu'est-ce que vous en pensez ?

Chef Y : Je sais pas comment ils font, comment ils font pour être... Enfin, y a des chefs étoilés, t'as l'impression que t'entends parler d'eux ou même dans la profession, t'en as qui disent, et heu dans la presse professionnelle... Sous prétexte que t'en as qui sont médiatiques, sur Instagram, ils vont te dire « non mais lui, il va avoir une étoile, ou une deuxième étoile, ou une troisième étoile ». Et ça, les réseaux et tout ça... Fin moi je sais pas comment, je suis pas branché là-dessus, je vais sur Instagram, je mets deux trois conneries, fin voilà, mais je suis pas branché à mettre. Les mecs ils mettent des trucs, post et machin, heu... C'est pas mon truc donc bon. Je compte pas trop sur ce truc-là. Mais je sais qu'il y en a qui acquiert aussi une notoriété parce qu'ils sont très présents, parce qu'ils savent peut-être monter des choses qui intéressent les gens ou avec les bons

hashtags, avoir plein de monde fin c'est comme les... Ceux qui, merdent comment ça s'appellent. Les Youtubeurs ou ouais les instagrammeurs. C'est... Fin c'est voilà. C'est un concept qui ne m'est pas familier, mais oui on peut avoir une très belle notoriété...

Étudiante : Sans pour autant...

Chef Y : Avoir d'étoiles Michelin. Après y a, tu vois un chef comme Christian Le Squer, qui a trois étoiles et qui a sorti dans une émission de télé, il y a quelques temps, qu'aujourd'hui pour être un grand chef il fallait avoir beaucoup de like sur Instagram.

Étudiante : Oui, il doit bien y en avoir qui sont d'accord avec lui...

Chef Y : Ah mais oui, oui...

Étudiante : Mais bon, je suis pas sûr que... Hum. Donc, ensuite au-delà de ces nouvelles formes de notoriété, de ce qu'on voit, le *Guide Michelin* a l'air de rester quand même la référence. Est-ce que vous pensez que les attributions d'étoiles par le Guide, enfin on en a plus ou moins parlé, vous l'avez évoqué. Est-ce que c'est un moyen d'encourager ou de sanctionner la cuisine qu'est faite ? En gros, c'est de dire, est-ce que c'est le Guide qui dit aux chefs, oui ce que vous faites c'est la gastronomie française, ou non ce que vous faites, c'est nul, c'est pas ça quoi.

Chef Y : Alors, en fait, elle dit pas c'est nul, c'est pas ça. Alors après, là t'as des restaurants là maintenant, où on est passé dans un... Dans une époque de la cuisine où maintenant, on est dans une gastronomie française, mais elle a une... Elle est très influencée. Aujourd'hui si tu veux, avant t'avais, fin tu mettais des produits asiatiques dans ta cuisine, fin t'avais trois produits asiatiques que tu mettais dans tes plats et t'étais un chef, heu nouvelle génération, un chef moderne et tout ça. Tout le monde était plutôt sur une cuisine traditionnelle française. Aujourd'hui, dans quelle cuisine t'as pas un produit, des épices, fin tu vois des trucs un peu atypiques qui viennent d'autres cultures culinaires ? Y en a partout. Donc Michelin va pas te dire « non ça c'est pas la cuisine traditionnelle française » et tout ça, c'est pas ça. Heu... Mais, oui, ils vont légitimer une certaine qualité, un certain niveau. Même si, tu peux toujours le remettre en cause, parce que tu peux avoir des restaurants où tu te dis « ça, ça mériterait une étoile » mais ils en ont pas. Après, comme tu le disais, tu peux avoir... Là cette année, y en a pas trop eu. Ils ont pas enlevé trop d'étoiles.

Étudiante : Oui enfin moi j'ai regardé ils en ont pas enlevé beaucoup...C'est quasiment que des fermetures ou des changements de chefs.

Chef Y : Après, si y en a un, c'est à Toulouse là... C'est, tu le connais ? C'est un ami à moi en plus... Merde. C'est la Table des Merville, à Castel-Tolosan, il est au sud de Toulouse. Et lui, il a une étoile depuis très très longtemps, et là il l'a perdu.

Étudiante : Ah ouais, j'ai pas vu.

Chef Y : Mais lui il a pas fermé, rien du tout...

Étudiante : Enfin, de ce que j'ai vu les $\frac{3}{4}$ sont quand même des fermetures...

Chef Y : Ou des départs de chefs oui oui. Après, voilà. Mais même les grosses années, où tu regardes, tu sais quand ça a été Haeberlin, ou Bocuse tout ça, qui ont perdu les étoiles. T'as des chefs qui ont dit « moi j'arrête, je veux plus être référencé par Michelin, je change de concept » et tout ça... Même avec tout ça, si tu veux, Michelin. Regarde, à la soirée à Cognac, fin t'as pas un chef qui dit « je suis invité, mais je n'y vais pas », tu y vas. Tu vois ? Michelin garde quand même, malgré tous les détracteurs, malgré les années où y en a qui ont pu dire des choses, heu... Michelin restera pour l'instant, toujours Michelin. Et sera toujours respecté et aimé des chefs.

Après t'as ceux qui vont se dire, bah j'ai les étoiles qu'on me donne, c'est super, donc je les garde, donc je les ai, c'est tout, c'est bien. Je continue de faire ce que j'ai envie de faire, et comme je veux le faire. Et puis, t'en as qui vont continuer à dire, bah moi je veux une étoile, deux étoiles, moi je veux trois étoiles, donc je vais faire ce qu'il faut...

Étudiante : Pour les avoir.

Chef Y : Voilà. Un peu la course aux étoiles. C'est ce qu'on disait...

Étudiante : Et...[rires]. Et ensuite il semblerait que le *Guide Michelin* soit un moyen de légitimer des mouvements culinaires ou des démarches... Par exemple, quand je parle des mouvements culinaires, je pense surtout à tout ce qui est cuisine moléculaire, où c'est eux qui ont identifié des chefs à ce type de cuisine. Pareil pour la nouvelle cuisine, avec Guérard, Bocuse, Troisgros fin voilà... Et heu, au travers de certaines démarches, de manière plus récente, l'étoile verte. Donc en gros, c'est de reconnaître des chefs qui ont la même vision de la cuisine, ou la même démarche environnementale.

Chef Y : Ouais, bah là tu vois. Alors là je te parle, heu c'est mon point de vue. Alors après oui, en effet, t'as des... Ça identifie des mouvements culinaires, après c'est, c'est des tendances... C'est-à-dire que si tu veux à un moment donné, la gastronomie française avait besoin un peu... D'un peu d'évolution. C'était un peu trop resté dans son truc. Et si tu veux, t'as des chefs qui ont commencé la cuisine moléculaire, après ça a été un peu la tendance, qui fallait faire comme les chefs espagnols parce que c'était eux les nouveaux leaders dans la maîtrise et tout ça. Ça nous a mis une bonne petite claque, ça nous a remis un peu en question, enfin ceux qui étaient en haut de la gastronomie française. Après, heu... Michelin, en le fait de récompenser ces cuisines un peu différentes, mais qualitatives, à... On va dire, a donné en effet un peu de crédibilité à ces mouvements, ces nouveaux mouvements culinaires. En mettant en avant que c'était une cuisine un petit peu moléculaire ou une cuisine à tendance asiatique, ou voilà... Et après t'as... [...] Je disais quoi ?

Oui je parlais de la... Et puis, je voulais te dire autre chose, mais je sais plus. Tu me parlais des...

Étudiante : De l'étoile verte ?

Chef Y : Ah oui, de l'étoile verte ! Et tu vois, bah l'étoile verte, je comprends pas. Enfin, je comprends pas... Ils te disent, quand tu regardes, quand tu lis pourquoi ils attribuent les étoiles vertes, en fait, l'étoile verte, il pourrait la donner à...

Étudiante : Beaucoup de monde.

Chef Y : Ouais ! Beaucoup plus de monde que ce qu'ils ont fait. Et heu... Ils pourraient la donner à beaucoup plus de monde, et tu comprends pas pourquoi y en a qu'ils l'ont et y en a qu'ils l'ont pas. Parce que la démarche aujourd'hui, qu'ils disent récompenser par l'étoile verte, on est énormément de chefs à le faire... Et pourquoi y en a qu'ils l'auraient ? Alors soit parce qu'ils sont capables de le... Soit parce qu'il passe le message de manière meilleure que d'autres... Tu vois ? Mais heu... Des chefs qui font attention à ce qu'ils font, qui font attention aux circuits courts... Tu vois par exemple ici, nous on fait notre compost, on recycle, on fait attention à tout, j'essaye d'utiliser de moins en moins de plastique, on travaille en local essentiellement. Fin tu vois cette démarche-là, on a un potager et tout ça... Je suis sûr qu'à [lieu anonymisé] c'est pareil, je suis sûr que GD c'est pareil aussi. Y a un chef qui est ambassadeur de ce genre de chose, c'est... Heu merde, il est dans le Pays basque, il est beaucoup chez Relais & Châteaux là... C'est le chef référent.

Étudiante : Cédric Béchade ?

Chef Y : Oui c'est ça ! Pareil ! Il est à fond là- dedans. Et il a pas l'étoile verte. Même plus que ce que moi je peux faire, et il a pas l'étoile verte non plus. Donc tu vois, c'est des trucs, où des fois tu te dis... Bah ils ont fait un truc, ils ont mis ces critères-là, et nous on y est, pourquoi on l'a pas alors ? Tu vois, c'est des trucs où des fois tu comprends pas trop...

Étudiante : Mais j'avais lu quelque chose... Enfin, ils remettaient un petit peu l'étoile verte en cause parce que ça devrait être quelque chose de naturel maintenant, d'y faire attention...

Chef Y : Mais c'est comme aujourd'hui, un chef qui va mettre, qui va mettre, qui travaille des produits de saison ou qu'il travaille en circuit court et tout ça... Où pendant un moment, je me faisais la remarque de me dire, les mecs ils jouaient de la comm là-dessus, mais t'as envie de dire, attends c'est la base même d'un cuisinier. De travailler avec des produits de saison, des produits frais de saison. A quel moment ça devient un argument de vente ? Ça devrait être ce que tu fais au quotidien.

Étudiante : Ok. Du coup, est-ce que vous pensez que le *Guide Michelin* donne du sens à la pratique culinaire de manière générale, ou fin, plus précisément dans ce que vous faites-vous, ici ?

Chef Y : Alors, je pense que de manière générale, et donc dans ce que je fais ici, c'est qu'en fait si tu veux, ce que je te disais un petit peu au tout début. C'est un

petit peu comme une récompense sur notre travail. C'est comme si tu passais un cap dans ta vie de cuisinier ; quand tu as eu une étoile, ou quand t'as deux étoiles, et je pense que ça doit rester à ce niveau-là, ça ne doit pas devenir obsessionnel. Je pense que c'est [hésitation]. Je pense que c'est quelque chose de plutôt positif. Parce que si tu veux, c'est comme si, dans le milieu sportif par exemple, à aucun moment t'avais une compétition avec des récompenses tu vois ? Là aujourd'hui, est-ce qu'on pourrait avoir juste les récompenses de savoir si notre restaurant il fonctionne, si nos clients, ils sont contents ? Mais on a en plus, la récompense des chefs, un moment qu'on partage entre nous et tout ça... De soirées, de, voilà. Donc ça fait quelque chose, ça génère quelque chose. Tu vois les chefs qui vont dire, bah j'invite un autre chef étoilé pour faire un repas six étoiles, bah tu vois, des trucs comme ça... Donc forcément, bah c'est positif pour la profession. Et surtout ça donne envie de se dire, j'aimerais bien tu vois... Tu sais ça te dit, ok bah je vais pas faire, pas travailler pour avoir les étoiles, et pour en avoir une de plus, mais de se dire, bah tiens j'aimerais un jour avoir ça... Et tu vas essayer d'être meilleur dans ton travail, tu vas essayer d'être plus attentif dans ta sélection de produits et tout ça. Après, il faut rester dans son... Dans sa cuisine, ce qu'on veut faire. Mais, heu, essayer d'être meilleur... Un peu plus. Voilà, ça fait cette émulation. Qui est pour moi positive de manière générale. Donc, faut pas que ça devienne une contrainte ou une obsession.

Étudiante : Et ensuite, dans le dernier axe, je voulais étudier le fait que le *Guide Michelin* est intimement associé à la gastronomie française. Et qui participe au rayonnement de la gastronomie française à l'échelle mondiale. Et donc, heu... Pour ça en comparaison, on étudie le Gault & Millau, parce que j'estimais que c'était l'un des plus gros concurrents du Guide Michelin. Du coup, est-ce que le Gault & Millau... Qu'est-ce que le Gault & Millau représente pour vous ?

Chef Y : Alors là...

Étudiante : S'il représente quelque chose.

Chef Y : C'est pas évident. Moi je te donne mon avis personnel après tu le marques pas ouvertement dans le truc mais, heu... [Anonymisation de cette partie de l'entretien]. Ça nous a fait un truc en plus, sur lequel on pouvait s'appuyer pour communiquer. C'est toujours un prétexte de plus pour communiquer, ça fait un peu de notoriété, encore en plus. Sinon, Gault & Millau, il essaye depuis quelques années, d'un peu renaître de ses cendres. C'est compliqué, c'est pas évident. Il avait réussi à reprendre un petit peu de notoriété il y a quelque temps, bon là le fait que ça a été racheté par des Russes, et le contexte actuel... Je suis pas sûr que ça soit bien pour lui. Mais il a pas la notoriété et le pouvoir qu'à le Guide Michelin.

Aujourd'hui, tu vois même, les gens à une cérémonie du Gault & Millau, parlaient de leurs étoiles au Guide Michelin. Alors qu'ils venaient d'être récompensé par le Gault & Millau.

Étudiante : Oui, donc, ils sont un peu effacés par le Guide.

Chef Y : Un peu ouais.

Étudiante : Du coup, ma prochaine question c'était est-ce que vous vous identifiez davantage au *Guide Michelin* ou à Gault & Millau...Mais.

Chef Y : Bah t'as ta réponse [rires]

Étudiante : Et hum... Pourquoi est-ce que... Pourquoi vous, ou de manière plus générale les chefs, vous mettez plus en avant le *Guide Michelin* que le Gault & Millau ? Enfin, est-ce que vous pensez qu'il y a une explication plus ou moins rationnelle à ça ?

Chef Y : Ouais, bah je pense qu'à un moment donné si tu veux, au tout début, Gault & Millau et Michelin étaient un peu sur le même...

Étudiante : La même longueur d'onde ?

Chef Y : Sur le même, sur la même notoriété. Et heu... A un moment donné, Gault & Millau a baissé un petit peu. Pour quelles raisons je sais pas, c'était une époque où moi je... Tu vois, c'était tout simplement, les frères Gault & Millau, heu non c'était pas des frères, c'était monsieur Gault et monsieur Millau, qu'ont fait ça. Après le Michelin, c'est le Michelin. Et Gault & Millau ils étaient potes avec tous les chefs, des photos en mode... Fin tu sais, j'ai bossé dans la maison Loiseau, des photos de Bernard Loiseau avec Gault & Millau pour faire des soirées, faire des trucs et tout ça, y en avait... Mais heu, t'as pas... Quand Gault & Millau sont partis, Michelin c'était une entreprise. Donc l'entreprise elle a eu des dirigeants pour continuer, et ils ont après à un moment donné mis le Guide dans un truc à part, mais c'était toujours porté par l'entreprise. Donc si tu veux, il y a eu cette continuité au fil des générations. Alors que Gault & Millau, y avait cette notoriété quand y avait Gault et Millau. Mais sinon... Après, ça a pas eu forcément le même suivi. C'est là où ça a baissé un peu. Et depuis ce temps-là, ils essayent de remonter au niveau de Michelin. Après, ça c'est mon analyse à moi hein...

Étudiante : Oui oui mais c'est intéressant dans tous les cas. Est-ce que selon vous le *Guide Michelin* est davantage associé à la gastronomie française que ne peut l'être le Gault & Millau ?

Chef Y : Bah c'est pas qu'il est plus ou moins associé à la gastronomie... Ils sont tous les deux associés à la gastronomie. C'est juste que... Aujourd'hui quand tu veux juger le niveau de gastronomie en France, tu vas pas regarder le Gault & Millau, tu vas regarder le Michelin. Tu vas pas regarder combien... Si tu veux savoir qui sont les meilleurs, quelles sont les meilleures tables françaises, tu vas pas ouvrir le Gault & Millau. Même la presse, même le journal, tu prends une chaîne télé qui veut faire un truc, il va pas faire l'analyse par rapport à Gault & Millau, il va faire l'analyse par rapport à Michelin.

Étudiante : Oui...

Chef Y : Michelin a vraiment la main mise sur ça, et Gault & Millau c'est autre chose...

Étudiante : Et est-ce qu'on pourrait dire que c'est parce que le *Guide Michelin* a plus ou moins défini ce qu'était la gastronomie française ? Parce qu'au final, par ce système d'encouragements et de sanctions...

Chef Y : Bah Gault & Millau l'a aussi avec les notes et les toques...

Étudiante : Oui, c'est vrai.

Chef Y : Mais heu... Si tu veux, je pense que c'est vraiment, heu... Si tu veux Michelin a pris le pas, et c'est positionné un petit peu comme les leaders de ce, de ces notations... De ces récompenses. Et, aujourd'hui c'est eux qui sont associés directement à la notoriété de la gastronomie. Donc heu... C'est pour ça que ça passe par eux.

Étudiante : Et enfin, pensez-vous que l'internationalisation du *Guide Michelin* a permis de faire rayonner la gastronomie française partout dans le monde ? Est-ce que on le doit au *Guide Michelin* au final, ou est-ce que... Ça a été apporté par autre chose ?

Chef Y : Non, je pense que la noto... La gastronomie française a rayonné avant le Michelin. En fait, elle n'a pas rayonné avant le Michelin, elle a rayonné avec le Michelin. Pas grâce au Michelin, mais avec le Michelin. C'est-à-dire que les chefs ce sont assez rapidement... Comme s'ils avaient choisi le Michelin. Et heu... Quand les chefs ont commencé à sortir de leur cuisine, de Loiseau, de Bocuse, de Troisgros tout ça... Et aller à l'étranger, pour montrer la gastronomie française, ils sont partis avec Michelin. C'est-à-dire qu'ils sont partis, en tant que chefs étoilés Michelin. Deux étoiles ou trois étoiles. Ils sont pas partis comme chef à 19,5 au Gault & Millau. Et donc si tu veux, c'est ce rapport là qu'a fait que Michelin a aussi pris cette ampleur internationale. Aujourd'hui, c'est très bien qui se développe... Enfin moi je trouve que c'est très bien qu'ils se développent aussi à l'international. Ils en avaient besoin eux aussi pour survivre dans leur schéma de leader.

Étudiante : Oui très certainement... Bon à priori, c'est terminé. Sauf si vous pensez à quelque chose que l'on a pas évoqué lors de l'entretien.

Chef Y : Non non, ça va ça va. Moi je t'ai dit ce que j'avais à dire, j'espère que ça sera assez. Après, tu peux me rappeler si tu as besoin ou repasser, si tu veux plus d'éléments et tout ça...

Étudiante : C'est gentil [rires]. Merci beaucoup en tout cas, d'avoir pris le temps d'échanger avec moi, de me donner votre point de vue.

Chef Y : C'était avec plaisir, et n'hésite pas.

ANNEXE G - RETRANSCRIPTION DE L'ENTRETIEN 3.

Entretien du 6 avril 2022.

Monsieur Z : chef de cuisine, une étoile au Guide Michelin.

Durée de l'entretien : 54 : 06

Étudiante : [Introduction]

Chef Z : Bon là on commence par le commencement...

Étudiante : Il faut à un moment donné [rires]. Donc, du coup, pouvez-vous présenter personnellement, c'est-à-dire âge, carrière et peut-être votre histoire vis-à-vis d'une quête aux étoiles ?

Chef Z : Donc alors j'ai 52 ans...Vous écrivez rien en fin de compte ?

Étudiante : Non non, donc vous pouvez parler rapidement.

Chef Z : Ouais 52 ans donc je suis...J'ai fait un BEP tout simplement au lycée hôtelier de l'Amandier à Angoulême en 87, oui c'est ça 87... Après donc j'ai eu mon BEP, je suis parti en Angleterre pendant ; travaillé pendant un an, dans un étoilé Michelin La Malmaison ça s'appelait. Après je suis rentré en France, j'ai travaillé aux Eyzies en Dordogne donc un macaron Michelin le Cro-Magnon. Et après je suis parti à Romorantin heu... Deux macarons Michelin Relais & Châteaux, le grand hôtel du lion d'or. Après la suite j'ai été à Saint-Yrieix-la-Perche à la Roche l'Abeille, donc au moulin de la Gorce qui avait un... Non deux macarons Michelin à l'époque. Et puis après je suis allé, donc j'ai travaillé un an et demi, et après je suis allé chez Marc Meneau à L'Espérance, qui avait 3 macarons Michelin. Donc là j'y ai fait 2 ans 3 ans pratiquement et après je suis allé chez la maison pic à Valence jusqu'en 97, 98. Donc après, mon premier chef du Grand Hôtel du Lion d'Or m'a rappelé en me disant qu'il y avait une place au [anonymisation du lieu]. Heu en me disant que c'était des amis à lui donc, que ça me rapprochait de chez de chez moi donc bah j'ai pris l'opportunité en fin de compte de venir ici. Y avait pas d'étoiles, heu y avait pas d'étoiles, y avait rien du tout donc y avait tout à faire.

Donc je suis arrivé ici en 98, heu jusqu'à maintenant donc...Voilà. Et en 2001 j'ai eu l'étoile Michelin, 3 ans après l'étoile Michelin

Étudiante : Ça a été assez rapide finalement.

Chef Z : Ouais ça a été rapide, assez rapide. Donc après c'était plus une, on va dire une cuisine qui était une cuisine, copier un petit peu de ce que j'avais vu un peu ailleurs ; pas trop personnalisée enfin voilà. Donc ça a été plutôt, pour moi facile de l'avoir l'étoile Michelin, mais on l'a on la visait pas du tout...

Étudiante : D'accord, donc quand vous êtes venu ici, c'était même pas désiré de l'avoir ?

Chef Z : Heu... Alors peut-être dans ma tête c'était désiré d'avoir une étoile parce que puisque j'avais fait déjà des 2 et 3 macarons Michelin. Donc c'était par rapport à ma formation c'était naturel d'avoir une étoile Michelin en fait ; bon après y avait tout à faire ici. C'est parce que... Enfin la maison elle avait ce charme, mais elle avait... et puis après ce que je pense c'est que ce que je voulais faire correspondait à la maison voilà.

Étudiante : Ok, et du coup est-ce que vous pouvez décrire en quelques mots le type de cuisine que l'on fait ici ?

Chef Z : Moi, moi alors c'est plus une cuisine, voilà c'est une cuisine terroir de plutôt classique heu... Avec des produits de la région et de saison voilà.

Étudiante : Donc ensuite, on va parler du Guide Michelin, on va commencer à rentrer dans le vif du sujet. Donc est-ce que vous pourriez définir en quelques mots ce que représente le *Guide Michelin* ?

Chef Z : Oh bah moi, enfin pour moi en fin de compte, c'est une... C'est c'est c'est la récompense c'est la notoriété un petit peu. Mais la notoriété suite, à petit peu, c'est c'est du travail déjà d'équipe. Ça a été du travail d'équipe puisque j'ai, on va dire que, j'ai Marc depuis que je suis arrivé. Après il y a eu Éric quand même en salle depuis, depuis le début aussi, donc qui avait fait aussi Éric avait fait des bonnes maisons aussi, donc ça correspondait aussi à ce que lui recherchait au niveau du service aussi De, de ce que... Et puis après, j'ai eu bon, j'ai eu Stéphane qui est arrivé en 2002. Donc ça fait 20 ans qu'il est là. Après Stéphane, ça fait, ça fait, ça fait, ça fait 30 ans qu'on se connaît donc c'était mon commis [rires]. Donc, c'était mon commis au Lion d'Or. Après voilà enfin donc du coup ça a été tout ça, et hum oui et puis ça, ça, en fin de compte c'est une, c'est une récompense.

C'est suite aussi aux gens, les gens étaient contents donc c'est là c'est la suite la suite logique des choses. Et puis après bon après on reviendra parce que c'est il y a le sérieux du Michelin aussi quand même qui, qui est pour moi plus sérieux enfin non tout après tout s'est enchaîné un petit peu. D'abord ça a été le Gault & Millau qui m'a récompensé grand de demain en 2001, je pense ou 2000 peut être, en 2000 et puis après il y a eu le Guide Michelin.

Étudiante : Est-ce qu'on on pourrait dire qu'au final, peut être que le *Guide Michelin* c'est inspiré entre guillemets des distinctions que le Gault & Millau a apporté ?

Chef Z : Ah oui oui. Ouais je pense ouais je pense. Après, après, j'ai su plus tard en fin de compte ; que, que la personne alors pas sur le coup en fin de compte hein... Mais la personne qui m'a, qui m'a inspecté en fin de compte, c'était enfin l'inspecteur qui est venu... Est venu d'abord avec, avec sa femme.

Étudiante : Oui en famille...

Chef Z : Oui oui, en famille ouais sans le Michelin. Et du coup, après il est revenu et il avait tellement passé une bonne soirée avec, avec sa femme tout ça... Et du coup, mais ça, ça je l'ai su un ou deux ans après disons qu'il soit venu. Il m'a dit « vous vous souvenez de moi ? ». Ah je dis « non pas du tout »

Étudiante : Ah donc, il vous a dit qui il était ? [Étonnement]

Chef Z : Ah oui oui, qui il était ouais. Il me l'a dit 2 ans après. Il m'a dit « voilà c'était très très bien ».

Étudiante : D'accord, hum... De manière assez simple, qu'est-ce que le Guide Michelin, il vous apporte aujourd'hui ? Je pense que vous l'avez un petit peu évoqué toute à l'heure...

Chef Z : Oui, bah de la notoriété, enfin une récompense... D'une équipe ; pour une équipe. Après ouais voilà c'est, c'est une fierté quand même. Enfin, la fierté c'est surtout de la garder, bon ça fait, ça fait 21 ans.

Étudiante : Donc cette question c'était entre guillemets une introduction à ce que j'ai pu lire, au cours de ce travail de recherche. Donc le premier axe de ce que j'avais pu étudier, c'était justement l'apport de notoriété et l'apport de légitimité que le *Guide Michelin* peut avoir. Donc est-ce que vous pourriez le définir avec vos propres mots, enfin c'est votre définition personnelle ; ce qu'est la notoriété ? Y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses...

Chef Z : Oh... Heu la reconn. Enfin, la notoriété, c'est une, c'est une reconnaissance en fin de compte. Et puis, je trouve c'est toujours, c'est toujours bien aussi de... [Hésitation] Que les gens disent bah [anonymisation du lieu], c'est super bien heu... En fin de compte, je trouve que vous êtes, enfin bon après voilà c'est comme ça ; je suis pas, je suis pas de ce style là en fin de compte de notoriété ça me fait rien. Enfin une grande mais quand même y a une petite fierté de, de, c'est, c'est pas comme si vous étiez chef d'un truc inconnu en fin de compte et hum chef d'un lieu où ouais voilà ouais vous êtes quand même pris plus au sérieux, même pour, pour tout disons. Vous êtes en gros... On vous dit « Ah oui vous êtes le chef du [anonymisation du lieu], enfin voilà c'est, c'est pris quand même...

Étudiante : Y a une reconnaissance...

Chef Z : Ouais ouais, y a une reconnaissance.

Étudiante : Et est-ce que vous pourriez définir ce qu'est la légitimité ?

Chef Z : Qu'est-ce que la légitimité en fin de compte ? Ça veut dire qu'est-ce que, qu'est-ce que veut dire la légitimité c'est, c'est, c'est dire est ce que Michelin... Qu'est-ce que... ? Comment vous voyez ça vous, est-ce que, est ce que Michelin est légitime c'est ça en gros ?

Étudiante : Oui c'est ça. Parce que c'est un peu la question que l'on étudie... Parce que c'est quelque chose qui a été énormément remis en cause ces dernières années.

Chef Z : Ouais, alors, moi je suis alors je vais vous dire [soupires]. Pour nous, j'espère qu'il est légitime [rires] Mais je pense que, au vu de ce que je vois ailleurs après...Après ça dépend comment... Alors c'est difficile une étoile Michelin parce que on peut avoir différents niveaux en fin de compte. C'est ce que je... Entre nous qui avons un service plutôt alors, est-ce que il y a que la cuisine...

Étudiante : Qui rentre en compte ?

Chef Z : Est-ce qu'il y a que la cuisine, est-ce qu'il y a...C'est ça qu'on sait pas trop en fin de compte. Est-ce qu'il y a que la cuisine ? Est-ce qu'il y a le cadre ? Est-ce qu'il y a le service ? C'est, c'est toujours ça. Entre, entre je sais pas moi entre un établissement, je vois des établissements, voilà qui sont au niveau du service qui sont qui sont un peu justes vraiment voilà. Donc, je sais pas. Après, après il y a des maisons, il y a des maisons qui ont eu une étoile Michelin en 3 mois alors est-ce que c'est voilà ? Et, et, et dans le temps Michelin n'était pas à mon époque, enfin à l'époque où je l'ai eu c'était pas comme ça ils étaient plutôt très longs, ils étaient plutôt très longs à donner une étoile et ils étaient très longs à l'enlever aussi en fin de compte. Bon donc, donc je sais pas moi je trouve que après voilà, quand je vois des établissements qui sont ouverts depuis 3 mois, bon après style, Etchebest, oui c'est bon il a le niveau un je sais voilà...

Étudiante : Oui, il est meilleur ouvrier de France et tout...

Chef Z : Il a, il a le niveau mais est ce que voilà après il y a eu des maisons où le chef, il avait pas été étoilé ou jamais étoilé, et il a eu une étoile parce que c'était un établissement, un très bel établissement avec des patrons qui avaient les moyens et après je sais pas voilà.

Étudiante : D'accord. Et du coup, est ce que vous pensez que le *Guide Michelin* aujourd'hui, il octroie plus de notoriété ou de légitimité ?

Chef Z : Alors fin... C'est -je sais pas trop enfin alors, il y a les anciens qui vont dire qui a plus de notoriété enfin qu'il octroie plus de notoriété. Et puis, il y en a

certaines qui vont dire « ouais c'est pas très... » y a pas de « c'est pas légitime » ou ouais « c'est, ça commence à être du pipo » voilà.

Étudiante : Enfin la question a beaucoup été soulevées quand même. Enfin quand il y a eu l'histoire avec Bras ou avec Veyrat...

Chef Z : Ouais alors, alors, oui Bras... Est-ce que Bras, il a pas été voir... Est-ce que Michelin n'a pas convoqué Bras, en lui disant « votre 3^{ème} étoile elle est un peu juste...Il faut faire attention » et du coup Bras, il a dit bah je redonne, je rends mes étoiles. Et, et du coup il a rendu, Michelin est revenu, et puis un an après, ils lui ont redonné...Ils lui ont donné 2 étoiles en fin de compte. Donc est-ce que c'est pas ça en fin de compte ?

Étudiante : Je pense qu'on le saura jamais...Bon lui, c'est pas sa version en tout cas.

Chef Z : Non, ouais on le saura, on le saura jamais. Non, non, mais de toute façon il le dira pas. Mais on sait qu'il y a des établissements 3 étoiles Michelin qui ont été convoqués, en leur disant faites attention...

Étudiante : Ils préviennent quand même ?

Chef Z : Oui oui oui, attention... Alors il y a eu un moment où il y avait beaucoup plus de...Je trouve que maintenant, il y a eu une période d'un directeur je me rappelle plus lequel c'était. Où quand il venait vous visiter, quand il se présentait à la fin, il vous faisait un compte rendu d'où vous en étiez disons. Il disait, voilà « on a eu deux, trois plaintes de clients » bon voilà, ou il vous disait « continuez comme ça, vous êtes dans la bonne voie, il y a pas de problème vous avez eu 20 lettres de clients les inspecteurs sont passés tout va bien » disons...

Étudiante : Y a autant de gens qui écrivent au *Guide Michelin* ?

Chef Z : Oui, ouais ouais ouais. Il y en a après, vous avez des comment on appelle ça... Des gens qui viennent, qui travaillent pour le Michelin, qui sont pas inspecteurs mais qui travaillent pour le Michelin.

Étudiante : Ah d'accord, je savais pas !

Chef Z : Voilà il y a des gens qui font des comptes rendus régulièrement, pour Michelin mais qui sont pas voilà...

Étudiante : En même temps, il y a, enfin moi de ce que j'ai entendu, il n'y a pas beaucoup d'inspecteurs pour finalement toute la France...

Chef Z : Bah à priori non. Heu alors y en a pas énormément apparemment.

Étudiante : Oui donc pas étonnant au final, qu'il fasse appel à des gens.

Chef Z : Voilà, ils font attention... Et puis je pense que maintenant, il enfin, ils sont associés d'ailleurs à TripAdvisor. Donc je pense qu'ils doivent regarder quand même peut-être les avis des clients...

Étudiante : Ok. Bon alors ensuite pour le 2^{ème} axe donc j'ai étudié les différents accès à la notoriété ; donc le Guide Michelin, c'est un des moyens d'y accéder.

Chef Z : Oui.

Étudiante : Mais depuis quelques années il y a, bah tout ce qui est émergence de la critique profane donc c'est-à-dire la critique des consommateurs.

Chef Z : Oui.

Étudiante : Est-ce que vous avez un avis sur cette critique rencontrée sur les réseaux sociaux, est-ce que vous y faites attention ?

Chef Z : Oui, moi j'y fais très attention, j'y suis tous les matins. Donc, je regarde tous les matins ce qui... Et puis après je me fais mon avis hein alors après je demande un petit peu comment les clients étaient, pourquoi ? Est-ce qu'il se... Enfin à Éric ou à Madame G. enfin comment ils étaient, comment si... C'est voilà si c'est constructif ou pas en fin de compte, de faire attention à ces avis. Après nous on a pas énormément d'avis négatif donc, mais quand je quand j'ai un avis négatif oui, j'essaye de comprendre ce qui s'est passé quand même.

Moi je fais très attention, pour moi en fin de compte, alors après il faut faire attention parce que y en a qui sont là pour te plomber tout ça mais j'essaye de, d'avoir, j'essaye un petit peu de comprendre le client. Mais des fois il a pas tort, des fois on est peut-être passé à travers. Mais moi j'y fais très attention, ouais j'ai fait pratiquement plus attention que au Michelin en fin de compte.

Étudiante : Au final, c'est que vous prenez plus en compte peut être l'avis du client dans la perception de la chose que...

Chef Z : Ouais, pour moi c'est très important. Si j'en ai plusieurs consécutifs, ça peut vouloir dire des choses et donc je revoie ce qu'ils disent, si le plat effectivement... Enfin j'essaye de comprendre un petit peu disons.

Étudiante : Oui admettons, il y en a plusieurs qui disent que c'est trop salé ou un truc dans le genre, vous allez tenter de rectifier.

Chef Z : Oui je vais essayer de rectifier et de comprendre.

Étudiante : Ok. Et ensuite donc pour les accès à la notoriété, on a un peu étudié les tout ce qui était émissions culinaires. Parce que ça s'est beaucoup démocratisées et heu... Enfin on observe que ça peut être moyen d'accéder à la notoriété sans nécessairement, en fait avoir d'étoiles au *Guide Michelin* ou être

reconnu par un guide. Est-ce que vous êtes plutôt d'accord avec cette affirmation ou qu'est-ce que vous, vous en pensez ?

Chef Z : Que passer dans des... Moi, moi j'en pense, moi personnellement. Alors effectivement ça peut comment dire...ça peut sans passer par le Michelin, ouais ça peut accéder à la notoriété. Moi ces émissions ça me... Ça m'endort en fait. Bon oui ouais ça m'endort déjà c'est parce que c'est trop long, après je crois pas du tout, à un moment à un moment je crois pas du tout, à tout ce qu'ils font disons enfin...Je pense qu'il y a des coupures, qu'ils coupent, parce que moi quand je... Moi quand je vois que à 10 secondes de la fin les pommes soufflées elles sont pas faites ; en tant que professionnel...

Étudiante : Oui vous savez.

Chef Z : Je sais, je sais qu'une assiette ça se dresse pas en 2 secondes non plus hein... Donc ils doivent couper après je sais pas comment ils font. Mais personnellement moi, qui ai de la mémoire, j'ai pas toutes les recettes dans la tête et eux, comme ça ils sortent des trucs... C'est peut-être des artistes, moi j'y arriverai pas. Mais après ce que l'on voit aussi c'est que tout de suite dans ces émissions, enfin... Même on m'a toujours dit, la personne qui va être discrète en fin de compte va rester à une étoile Michelin en fin de compte. Celui qui se montre, celui-là qui fait parler de lui, sur les magazines sur tout ça...Ce que l'on voit avec Etchebest aussi hein d'ailleurs et avec Hélène Darroze hein aussi. Bah eux, ils ont tout de suite avec Michelin, ils ont tout de suite une ou 2 étoiles Michelin en fin de compte, donc c'est voilà...

Étudiante : Et alors de Jean Imbert, quel est votre avis sur la polémique qui l'entouré en début d'année ? Parce qu'au final, c'était quelqu'un qui se montrait beaucoup, enfin lui il s'est fait connaître sur Top Chef, et... Sa légitimité vis-à-vis d'avoir une étoile au Guide Michelin, elle a quand même été pas mal remise en cause.

Chef Z : Oui oui, il a une étoile il a quand même une étoile Michelin...

Étudiante : Oui oui, mais c'est sa première.

Chef Z : Bon après voilà, et après il est au Plaza, bon c'est un bel établissement. Après il a quand même l'ancien chef de de Ducasse là en fin de compte, son adjoint donc bon je pense que ça vaut une étoile Michelin oui...

Étudiante : Oui ça vaut une étoile Michelin.

Chef Z : Après il s'est fait connaître comme ça oui. Mais c'est ce que je dis. Plus on se montre plus effectivement, je pense aussi que plus... Si vous êtes au fin fond du [anonymisation du département], là, enfin comme moi, je me montre pas, enfin c'est... Et lui il se montre à la télé, donc tout de suite Michelin il se dit tient, « bah ce petit jeune, on va s'y intéresser ». À tous ceux, qui d'ailleurs, de tous

ceux qui sont dans Top Chef hein, il y en a beaucoup qui ont une étoile après disons c'est... Je sais plus comment il s'appelait le grand, le Black, j'ai plus, maintenant il fait une émission sur France 3. Et c'est pareil au bout de 6 mois, il a ouvert, il a eu l'étoile. Il serait pas passer à Top Chef je pense qu'ils auraient pas fait attention à lui...

Étudiante : Oui donc en fait ils s'inspirent un petit peu de ce qu'il se passe. Fin le Michelin s'inspire de ce qu'il peut se passer dans le monde de la gastronomie.

Chef Z : Oui oui oui, voilà !

Étudiante : Ok. Et donc au-delà de ces nouvelles formes d'accès à la notoriété, le Guide Michelin, semble rester entre guillemets une référence. Enfin, tout le monde l'utilise...

Chef Z : Ouais c'est une référence ouais...

Étudiante : Donc, est-ce que vous pensez que les étoiles attribuées par le *Guide Michelin* sont un moyen, peut-être d'encourager et/ou de sanctionner au final, la cuisine qui est réalisée par les chefs ? De dire mais enfin... C'est un peu ce que vous disiez tout à l'heure quand ils font des comptes rendus qui disent « bah là vous êtes dans la bonne voie ou là il faut faire attention » ...

Chef Z : Alors le gros problème qui peut se passer avec le Michelin, moi ce que je ressenti... Bon maintenant j'ai un peu d'expérience, ce que j'ai ressenti c'est que à un moment donné, on n'ose plus avec le Michelin. Donc on est dans, bon dans la cuisine que l'on fait mais des fois on oserait beaucoup, enfin plus créé mais on a peur. On a peur de...

Étudiante : Que ça plaise pas ?

Chef Z : Ouais ouais que ça plaise pas. Après, voilà que ça plaise pas, et que, bon après le ressenti c'est quand même le client d'abord hein ; c'est ça c'est les avis. Des clients d'abord, on travaille pas pour le Michelin, on travaille quand même pour le client, qui va payer et voilà. Mais toujours quand on a une étoile je trouve, qu'on est un peu plus créatif parce que on a tout de même peur de pas, de pas plaire mais heu... Mais après il faut rester soit en fin de compte, il faut rester soi-même c'est ce que je me dis. Maintenant, je travaille plus, je travaille vraiment pour le client maintenant pour le Michelin voilà...

Étudiante : Mais est-ce que à une époque vous travaillez plus pour le Michelin ?

Chef Z : Oui oui oui oui parce que on oui oui.

Étudiante : C'est sur les débuts...

Chef Z : Oui, mais après c'est quand même heu important pour un établissement d'avoir une étoile. Enfin, bon c'est on va dire alors je sais pas pour ici... Mais pour quelqu'un qui a pas d'hôtel, c'est 35% de chiffre d'affaires en plus. C'est quand même non négligeable pour l'établissement, et non négligeable pour un chef. Si j'avais peut-être pas une étoile, j'aurais pas le salaire que j'ai. Je suis pas non plus voilà ici... Mais voilà j'aurais pas le salaire que j'ai. [Rires] Enfin, c'est important l'étoile Michelin pour un établissement...

Étudiante : Et ensuite, on en avait parlé la dernière fois... C'est un peu compliqué à expliquer, mais il semblerait que le Guide soit un moyen de légitimer des mouvements culinaires. Donc on en avait parlé quand j'avais parlé de cuisine moléculaire ou de la nouvelle cuisine...

Chef Z : Actuellement Michelin c'est très japonisant. En fin de compte, hein c'est le Japon, enfin c'est ouais...

Étudiante : Donc, voilà en fait, ils identifient des...

Chef Z : Alors moi je suis très classique hein. Alors c'est vrai que si j'étais peut-être un peu plus japonisant... Peut-être que ça pourrait aller vers la deuxième, mais je suis pas du tout tendance...

Étudiante : Et ça vous a jamais... Vous avez jamais voulu aller chercher la deuxième étoile ?

Chef Z : Heu... Si pendant une période. Mais après qu'est-ce, qu'un vrai à vrai dire on voyait bien là actuellement qu'est-ce que ça nous ferait d'avoir une deuxième étoile ? Enfin je sais pas heu... Si on avait plus de personnels, je pense voir on aurait peut-être un peu plus de CV je sais pas. C'est possible. Après on a une très bonne clientèle on a des prix déjà de 2 ou 3 macarons Michelin. Donc ça nous servirait pas à grand-chose et ça nous mettrait enfin moi personnellement ça mettrait encore beaucoup plus de stress et j'en ai pas besoin en fin de compte...

Et après je pense que pour un patron, c'est très dangereux en fin de compte. D'avoir un établissement avec un chef qui a 2 macarons Michelin c'est dangereux. C'est dangereux parce que le chef part, vous êtes liés un petit peu à... On peut voir en fin de compte... Heu, comme Cordeillan-Bages par exemple où l'établissement était Thierry Marx en fin de compte, on allait chez Thierry Marx à l'époque hein, on allait pas à Cordeillan.

Étudiante : Oui on identifie plus le chef au final...

Chef Z : Bah dans un deux ou trois macarons, voilà le chef part... Bah...

Étudiante : Oui l'établissement on s'en fiche entre guillemets c'est plus pour l'image du chef qu'on est là...

Chef Z : Voilà voilà. Et donc ça devient un petit peu, ça devient un petit peu dangereux pour un établissement. Alors je suppose qu'ici c'est pas leur intérêt d'avoir quelqu'un qui a deux macarons parce que je pars... Vous êtes encore plus liés. Voilà enfin c'est dangereux disons ça peut être très dangereux. Il y avait par exemple Plaisance, à Saint-Emilion, bon bah ils ont pris Alleno, mais ils sont en train de payer en fin de compte. C'était Philippe Etchebest...

Étudiante : Oui avec les deux étoiles.

Chef Z : Voilà, vous alliez chez Philippe Etchebest à l'époque donc bon... C'était dangereux pour leur établissement. Ainsi de suite que pour Michel Guérard, qu'est-ce que... On peut se demander, le jour où Michel Guérard, quand il part qu'est-ce que ça va faire enfin bon ils ont une fortune, ils ont les comment dire... Ils ont tout ce qui est les thermes. Enfin tout ce qui est thalasso, tout ça. Donc bon ils ont pas besoin de ça pour vivre mais qu'est-ce que ça va devenir enfin est-ce que ça va toujours être 3 étoiles. Un peu comme pour Bocuse d'ailleurs...

Étudiante : Oui c'est ce que j'allais dire Bocuse et Loiseau au final c'est un peu la même chose... Ils sont sur le même pied d'égalité que Guérard quand même.

Chef Z : Voilà, donc bon ils arrivent à maintenir en 2 étoiles mais voilà enfin... Donc ça peut être dangereux d'avoir une deuxième étoile ici. Mais enfin nous, on l'a visé pendant un moment mais bon maintenant c'est fini. Pour moi si elle vient, elle vient, si elle vient pas elle vient pas. Maintenant, il faut maintenir l'étoile, continuer à essayer de bouger un peu plus au niveau des recettes enfin de de changer un peu plus...

Étudiante : Donc pour vous le guide Michelin, il légitime des mouvements mais enfin vous êtes pas dedans outre mesure.

Chef Z : Non plus maintenant. Alors effectivement à un moment donné, j'ai voulu, j'ai regardé un petit peu ce qui se faisait et je voulais un petit peu copier ce qui se faisait : les tendances les trucs comme ça. Maintenant, j'ai un petit peu abandonné, c'est voilà c'est ma cuisine elle est comme ça, elle plaît aux clients que l'on a autant les français que les étrangers. Alors après voilà chacun son public, ça peut ne pas... Des fois ça peut ne pas plaire à une clientèle un peu plus jeune ou quoique les jeunes maintenant sont beaucoup plus voilà, dans le classique, ils y reviennent un petit peu

La cuisine, c'est ce que je dis, c'est un peu, un truc comme ça là, vous êtes passés par la molécule, vous êtes passé... On est dans une cuisine, fin japonisante et puis on est revenu au début en fin de compte. On revient... On en revient aux produits, aux cuissons, aux sauces. Alors, on revient un petit peu alors on sent qu'il y a des tendances quand même : végétarien, végétal en fin de compte ça c'est ça c'est une chose qui est sûre voilà.

Bon maintenant c'est le plus, je suis plus une cuisine de terroir, de proximité. C'est ça en fin de compte, on sent que la tendance est là. Mais il y a 20 ans on y était déjà, enfin moi j'y étais déjà il y a 20 ans à travailler du produit de la région, vraiment du terroir. J'y étais déjà. Après, j'ai une cuisine qui s'adaptent à ça. Enfin, qui s'est adapté à ça, puisque je suis de la région et, et moi le foie gras [rire], l'agneau enfin tout ça c'est mon truc. Je suis issu de parents boucher, bon c'est vrai que j'ai un peu plus de mal avec le végétal mais c'est vrai que là la tendance me fait et puis la demande aussi des clients vont me faire aller vers les végétales. Alors j'ai un petit peu de mal, parce que je sais pas c'est pas dans mon truc, disons. Parce que chez moi, chez mes parents, on mangeait beaucoup de viande, on n'avait pas tout le temps, le temps de cuisiner donc ma mère coupait un morceau de viande, et donc voilà... Je suis pas trop voilà, mais la tendance me fait aller vers ça et me fait réfléchir sur ça. Après sur le gluten, ma cuisine n'a pas de gluten, donc c'est beaucoup de réduction donc des choses comme ça donc là, j'ai pas de j'ai pas de souci sur ça mais c'est vrai que... La tendance veut qu'on aille vers le végétal.

Étudiante : Donc, oui il y en a certaines que vous prenez plus en compte que d'autres.

Chef Z : Bah oui oui, il faut s'adapter aussi à la demande du client c'est ça. Pas à la demande du Michelin mais à la demande du client. Il faut s'adapter à la clientèle, c'est eux qui nous font vivre, c'est pas le Michelin.

Étudiante : Au-delà de légitimer des mouvements culinaires il y a aussi une légitimation de démarches notamment avec l'étoile verte. Est-ce que vous avez un avis particulier sur cette étoile verte ?

Chef Z : Oui oui c'est bien. C'est bien. Mais c'est un peu ce que l'on... C'est un peu la tendance hein ça aussi. Bah il faut pour la planète il faut y faire attention donc c'est vrai que il y a des choses... Alors je recycle, mais ça je pense que ça doit se faire naturellement, Je trouve que c'est bien le *Guide Michelin* récompense ça aussi...

Étudiante : Ce qui est un peu remis en cause vis-à-vis de cette étoile c'est qu'on reproche au Guide au final, de récompenser quelque chose qui devrait être de base naturelle, ça devrait être l'essence même du métier de cuisinier. Et c'est un peu remis en cause parce qu'il y en a beaucoup qui disent au final « mais pourquoi nous on fait tout ça, c'est déjà en place, et on a pas l'étoile ? »

Chef Z : Ouais alors là, je me suis pas trop penché sur ça en fin de compte. Parce qu'est-ce que ces gens-là qui ont les étoiles vertes, est-ce qu'ils ont été voir le Michelin et ils leur ont dit, nous on a mis ça ça ça ça ça en place je sais pas du tout comment... Pour l'instant je me suis pas trop penché sur l'étoile, sur l'étoile verte enfin de compte donc voilà. Je sais pas les critères en gros.

Étudiante : Et on en a discuté l'autre jour, ici ça vous intéresse pas plus que ça enfin d'avoir l'étoile vert ?

Chef Z : C'est pas non. C'est pas... Mais ce que je veux dire c'est que c'est naturel de.

Étudiante : Oui vous faites bien entendu. Vous vous inscrivez dans une démarche environnementale mais vous cherchez pas aller à récupérer une reconnaissance pour cette démarche.

Chef Z : Non, non, non. Mais après c'est toujours je pense que tout ça aussi c'est pour se démarquer aussi hein. Quand même hein je pense à tous ceux qui ont les étoiles vertes et ceux qui, ceux qui la visent je pense aussi que c'est pour se démarquer des autres. Aussi. La notoriété aussi... C'est qu'on parle un peu plus ; c'est un peu c'est de la com en fin de compte ; c'est de la communication.

Étudiante : Oui y en a beaucoup qui disent que enfin ça se joue beaucoup sur de la communication.

Chef Z : Finalement ouais ouais, c'est de la commun pour beaucoup de chose. Vous savez d'avoir, enfin je pense que c'est bien aussi hein, mais à la base d'avoir un potager c'était de la, c'était de la comm. Et voilà, on fait des produits du potager on se montre en photographie dans le potager, on est sur les photos donc ça fait parler de l'établissement. Enfin il y a beaucoup de choses c'est de la com, nous pour l'ouverture du bistro-là, ça va être de la communication, ça fait parler ça fait parler et voilà.

Étudiante : En conclusion de ce deuxième axe, est-ce que vous pensez au final que le *Guide Michelin* donne un sens à la pratique culinaires que vous vous faites ici mais qui est fait en général dans le monde de la gastronomie.

Chef Z : Alors pratique, c'est-à-dire je vous renvoie la question ?

Étudiante : Quand on dit ouais ça donne naissance à la pratique c'est pour expliquer hum... Que les chefs peu importe d'où ils sont en fait, ils sont réunis sous un même courant, de mêmes idéologies ou de même démarches...

Chef Z : Ouais ouais ouais après je suis un peu comment dire ouais...

Étudiante : Il y a cet aspect-là et mais y aussi l'aspect de voilà, quand on dit que ça donne un sens à la pratique, ça peut être aussi on t'encourage

Chef Z : Ah oui oui ça encourage. C'est ce qu'il y a de bien. Alors maintenant ce que je pense c'est que Michelin, devrait passer, alors ils le font hein je crois... Récompenser aussi la salle quand même. Mais je pense que ça serait bien aussi, bah pourquoi pas le meilleur maître d'hôtel une étoile Michelin. Enfin je sais pas, enfin on pourrait peut être récompensé ça comme ça.

Étudiante : Oui de promouvoir un peu plus la salle.

Chef Z : Ah bah oui oui parce que, ouais. Moi, je pense que ouais ça serait bien, ça serait bien et c'est vrai que oui. Le Michelin va dans le sens, en se disant ouais pour la planète pour tout ce qui est... C'est bien, enfin ce qui fait quand même de répondre, de penser à une étoile verte. Ça permet aussi voilà de faire avancer un peu plus rapidement peut être aussi. C'est c'est pas plus mal ouais pas plus mal. Mais ce qui serait bien, ouais maintenant c'est qui passe peut-être à faire des étoiles je sais pas... Et, après on sait pas réellement aussi, ce que je veux dire dans le Michelin, on sait pas réellement comment il se... Ouais ça revient un petit peu à tout ce que je disais comment ? À quoi il se fie, quels critères ils... Voilà quels critères c'est ?

Étudiante : Oui au final personne c'est exactement sur quels critères reposent l'attribution des étoiles... Et pourquoi, il y a une maison qui a une étoile alors que ça n'a rien à voir avec une autre ?

Chef Z : Ouais voilà bah. Enfin après, il doit se baser sur bon sur moi mes bases en fin de compte c'est vraiment la qualité du produit, les assaisonnements, la régularité... Ça c'est vraiment le et voilà les assaisonnements les cuissons ça c'est vraiment le, pour moi c'est la qualité du produit les cuissons, les assaisonnements et puis la régularité ça c'est vraiment le c'est ce qu'il faut c'est ce qu'il faut avoir disons.

Je pense aussi, et toujours se poser les bonnes questions enfin toujours se poser des questions, se remettre en question... et se dire voilà on n'est pas sûr, qu'il faut prendre en compte, le personnel, les conditions de travail enfin y a beaucoup de choses.

Ce qui est important aussi c'est de pouvoir conserver une équipe, ça c'est vraiment l'important. Parce que ce que je vois c'est que moi alors entre le travail que je faisais en 98, et celui que je fais là, enfin je suis beaucoup plus serein au niveau avec les équipes parce que bon j'ai quand même Marc et Stéphane où on se comprend totalement.

Étudiante : Oui vous êtes sur la même longueur d'onde.

Chef Z : Et ça me permet aussi, bon voilà c'est un peu compliqué parce que c'est la salle maintenant mais ça nous permettait aussi de recommencer une saison où il y a pas de moment où on se, où il y a de de rodage.

Étudiante : C'est de manière un peu plus sereine quoi

Chef Z : Ouais ouais, comme on est entouré, comme je suis entouré, Stéphane au viande y a pas de souci, moi je suis au milieu entre le garde-manger et le poisson, Marc, il y a pas de souci, donc voilà c'est il y a pas de... Vous pouvez venir le premier jour et ce sera la même chose. Donc ça c'est vraiment la

régularité, c'est ce qui est très important. Moi je pense que l'étoile Michelin c'est aussi une équipe hein c'est vraiment important je trouve hein. Parce que je me retrouverai maintenant tout seul, là quand vous voyez le changement qui a eu en salle tout seul moi en cuisine, regarde ça serait beaucoup plus compliqué hein. Là moi je vois j'imagine que ce serait dur assez compliqué hein, ça serait une pression supplémentaire...

Étudiante : Au final, c'est vraiment un avantage pour vous d'avoir travaillé aussi longtemps ensemble et d'avoir la même vision de la cuisine...

Chef Z : C'est clair c'est clair. Et puis après ce que, moi on m'a enfin ici je vais pas me plaindre, on m'a laissé faire beaucoup de choses enfin j'ai beaucoup de liberté. Donc moi j'ai beaucoup de liberté ici, j'ai peut-être pas le salaire... [Rires]

Étudiante : C'est soit l'un soit l'autre chef, on peut pas avoir les deux...

Chef Z : Je suis pas emmerdé non ça c'est pour ça que je suis pas embêté pour ça. Après, Mme G. goûte ce que je fais, mais en fin de compte... Ce qui était bien, c'est, enfin il commence à être un peu plus dedans, mais ce qui est bien c'est qu'ils étaient hors cuisine. Ils étaient pas du métier donc ils jugent un peu comme des clients. Voilà leur jugement c'était comme si c'était celui des clients.

Après, j'ai mes idées des fois où je suis sûr de mes goûts, en fin de compte de ce que je fais... Même si elle me dit ça va pas je prouve par les clients que mon idée, et quand j'en suis vraiment sûr, je recule pas disons. J'ai des goûts qui sont assez francs, heu moi y a pas de mélanges originaux ou qui pourrait déplaire. Une cuisine qui passe un peu partout disons.

Étudiante : Parfait. Bon alors après dans ce dernier axe je voulais étudier le fait que le *Guide Michelin* est intimement associé à la gastronomie française. Donc, et qui participe bien entendu au rayonnement de la gastronomie française à travers le monde. Et pour ça je voulais étudier, enfin je voulais étudier un guide en comparaison donc j'ai utilisé le Gault & Millau, parce que pour moi c'est... Bon ils sont nés à quelques décennies d'écart, mais ouais ils sont quand même enfin c'est un des plus gros concurrents du *Guide Michelin* donc pour moi je voulais étudier le Gault & Millau. Du coup qu'est-ce que le Gault & Millau peut représenter pour vous, s'il représente quelque chose bien entendu ?

Étudiante : Alors ça a été je pense que lui donc ça a été alors lui je pense que ça a été le premier à me reconnaître en fin de compte.

Chef Z : Déjà alors c'est toujours important alors c'est pareil moi je pense, que personnellement alors je sais pas maintenant, moi je vois personne maintenant passer ici du Gault & Millau, bon on sait pas. Mais on savait, qu'il y a une vingtaine

ou une trentaine d'années enfin bon, bon je pense qu'il y a des maisons qui le méritaient mais c'était moi comment dire... ?

Étudiante : Moins sélectif ?

Chef Z : Heu moins sérieux que le Michelin en fin de compte... Parce que souvent on connaissait, souvent c'est enfin c'est ce que je disais après j'ai des il y a des cas effectivement c'était souvent des : on savait qu'ils étaient là déjà. Donc, oui on faisait en sorte que tout se passe bien, et on faisait en sorte que...

Michelin à chaque fois qu'ils viennent, ils payent, en fin de compte. Ils disent à la fin une fois qu'ils ont payé. Bon, après moi je connais, aucun inspecteur bon j'espère qu'on connaît aucun inspecteur...Mais moi, je vois là je connais aucun inspecteur donc je pense qu'il est mérité étoiles. Gault & Millau des fois, voilà c'était un petit peu des arrangements, c'était un petit peu offert, souvent il y avait des... On leur offrait le séjour. Mais ce que l'on peut constater c'est quand même que souvent Gault & Millau a découvert des établissements ou des chefs avant Michelin. Il y a eu beaucoup d'établissements qui ont été reconnu, avant même que le Michelin ne s'y intéresse.

Étudiante : Du coup, est-ce que vous vous identifiez davantage au *Guide Michelin* ou au Gault & Millau, je pense que j'ai ma réponse [rire].

Chef Z : Ouais ça devrait !

Étudiante : Est-ce que vous pensez qu'il y a une raison pour laquelle les chefs accordent plus d'importance ou mettent plus en avant les distinctions du *Guide Michelin* que celles du Gault & Millau ?

Chef Z : Bah oui parce que c'est reconnu mondialement. Longtemps vous avez eu tous les étrangers qui arrivaient avec le Michelin, maintenant plus trop parce qu'ils vont plus sur du TripAdvisor en fin de compte, ils consultent plus TripAdvisor que Michelin. Y avait beaucoup d'établissements...Heu d'établissements. Non de personnes qui arrivaient en vous faisant signer le Michelin en face, parce qu'ils faisaient tous les une, deux et trois macarons Michelin. Heu voilà... Y avait beaucoup de voyageurs, de toute façon à la base c'était ça, ça a été fait pour les voyageurs... Donc ça va être plus important, je pense, que le Gault & Millau disons... Les étrangers, tout ça.

Étudiante : Oui, le fait que ça soit reconnu mondialement ça doit... C'est forcément, on utilise le *Guide Michelin* pour se référencer.

Chef Z : Y a eu un moment, on s'est demandé, y a eu beaucoup d'établissements qui se sont demandés, de chefs aussi, qui se sont dit, est-ce qu'on laisse pas... Parce qu'effectivement, je pense qu'ils doivent vendre beaucoup moins

maintenant de Guide papier, et en plus ils ont du mal à passer en numérique... Y a beaucoup de chefs qui se sont posés la question de se dire, est-ce que ça vaut vraiment le coup maintenant d'être dans le Michelin parce que tout le monde regarde plus TripAdvisor ou voilà... Et puis, voilà, il faut investir énormément, on a de moins en moins de personnel, donc c'est de plus en plus difficile de maintenant une étoile, donc voilà y a beaucoup de personnes est-ce qu'il faut continuer à être dans le Michelin ? Et pas en sortir ?

Étudiante : Et est-ce que y aurait une raison pour laquelle, au final, le Guide Michelin, il serait plus, enfin, qui serait davantage associé à la gastronomie française que ne peut l'être un autre guide mais que ça soit le Gault & Millau, le Guide Champéard...

Chef Z : Je pense qu'alors... Heu je pense que le Gault & Millau reflète quand même la gastronomie française. Heu... Et après, pourquoi le Michelin ? C'est toujours pas sa notoriété en fin de compte. Le Michelin est plus important pour la gastronomie française parce que voilà, ça reste tout de même, on a beau dire... Ça reste tout de même la référence pour les clients, pour les chefs. Je vous avoue que moi quand le *Guide Michelin* sort, moi je flippe encore un petit peu. Alors un peu moins maintenant, mais y a eu des périodes... Je passais ; quand il sortait en février, je faisais des crises d'angoisse, avant la sortie.

Étudiante : C'est fou quand même tout ce qu'un livre peut faire sur...

Chef Z : Parce que en fin de compte, j'avais mon chef Marc Meneau, qui a eu, qui est passé de trois à deux. Moi j'en suis pas à ce point-là quand même, parce que c'est beaucoup plus grave je trouve ça... En fait, il disait que c'était comme si, c'était la mort de son fils.

Étudiante : Oui, il le vivait tragiquement quoi...

Chef Z : Tragiquement oui. Bon, je vous avoue que moi, j'en suis pas encore à ce point-là, de me dire, c'est plus grave que de perdre ma fille, ou c'est aussi grave que de perdre ma fille... non quand même pas. J'en suis pas à ce point-là. Mais j'avoue que si je la perdais, pendant... Pendant un mois, ou une ou deux semaines, ça me mettrait un coup quand même. J'avoue.

Alors pour... En gros, pas spécialement pour sa fierté en fin de compte...

Étudiante : En fait, l'enlever c'est comme dire... ce que tu fais. Enfin, moi j'en ai parlé avec M. X parce que lui, il l'a perdu...

Chef Z : Oui il l'a perdu souvent lui.

Étudiante : Oui plusieurs fois. Et il dit quand, j'ai perdu ma première étoile que j'avais obtenu par moi-même... Heu j'avais l'impression que c'était dire au monde

entier bah je suis mauvais cuisinier, je suis nul et en fait, on remet tout en question pendant des mois quoi. Et on comprend pas forcément...

Chef Z : Ouais ouais, on comprend pas. Après je pense qu'on se pose des questions, on se dit... moi je pense personnellement, « ah oui cette année peut-être que j'ai été un peu moins en cuisine », « j'ai peut-être été un peu plus souple », « j'ai peut-être laissé passer des choses que j'aurais pas laissé passer en temps normal ». Enfin, voilà... Je me remets peut-être un peu moins en question, je me suis reposée sur mes lauriers.

Étudiante : Oui, on cogite, on cherche à comprendre.

Chef Z : Alors vous savez, je sais pas si c'est dû à ça. Mais y a eu un chef à Cahors, [anonymisation du lieu et du nom de la personne], suite à ça, il a choppé Parkinson.

Étudiante : C'est fou au final l'impact que peut avoir... Après je peux comprendre qu'à un niveau au-dessus, en deux ou trois étoiles, mais peut-être plus en trois. T'es un niveau de pression qu'est tellement...

Chef Z : Oui oui, de pression et d'investissement surtout. Parce que là, les trois étoiles, c'est... Vous savez, pareil, je vais dire, cet exemple de Marc Meneau. Quand il a perdu sa troisième étoile, il avait 18 consultings, c'est-à-dire consulting, il faisait des cartes pour des restaurants, il faisait, il travaillait je sais plus à l'époque si c'était pour Findus, le jour, où il a perdu sa troisième étoile... Donc il est arrivé à deux étoiles, il en a perdu 12 de consulting. Il ne lui en restait plus que 6. Et le gros problème c'est que c'est de l'argent. Vous investissez énormément, vous avez des crédits, vous avez des... Du coup, du jour au lendemain, vous perdez je sais pas combien d'argent au final. Et là... Là on est dans la cour des grands.

Étudiante : Oui, c'est un autre niveau.

Chef Z : Oui c'est plus moi là, c'est plus une étoile Michelin là. C'est... Y en a beaucoup qui ont investi. Anne-Sophie Pic, elle perdrait ses trois étoiles, là je vais te dire... Elle a investi énormément. Elle est sur des dettes, elle vit sur des dettes là...

Étudiante : Je pense que tous ceux, qui ont 3 étoiles ont investi du temps, de l'argent.

Chef Z : Ouais c'est surtout de l'argent. Bon après, ils sont très certainement créatifs, mais bon c'est de l'argent. Là on voit, les assiettes, tout ce qu'on investit...

Étudiante : Et bien ça se paye quoi...

Chef Z : Oui, donc perdre une étoile au Guide Michelin... Moi je serais malheureux. Après voilà, qu'est-ce qu'il se passerait pour moi, je sais pas. Après ça fait 20 ans que... Peut-être qu'il chercherait un chef...

Étudiante : Avec une autre...

Chef Z : Oui voilà. Pour reprendre une étoile. Ou alors, ils ont confiance en moi et ils se disent, bon on va la récupérer. On part sur du nouveau et voilà...

Étudiante : Pensez-vous que l'internationalisation du *Guide Michelin* a permis de faire rayonner la gastronomie française ?

Chef Z : Oui.

Étudiante : Et ça pourrait pas être... Est-ce que... Vous pensez pas que la gastronomie française, peut-être déjà connu mais que le *Guide Michelin* à participer ?

Chef Z : À participer oui. Parce qu'elle est née avant Michelin oui oui.

Étudiante : Ok, est-ce que vous pensez à autre chose que peut-être j'aurais pas évoqué pendant l'entretien et... ?

Chef Z : Je pense qu'il faut pas travailler pour le Michelin. Il faut travailler pour les clients, faire ce que l'on aime en cuisine, voilà... Enfin, c'est ce que je vous disais, pas essayer de, les tendances. De vouloir absolument copier des tendances. Il faut écouter le client, voilà. Pour moi, il faut écouter le client.

Étudiante : C'est davantage, fin c'est plus pour le client que pour le Michelin. Mais c'est bien parce que y en a certains qui au final réfléchiraient dans l'inverse, de dire « il faut absolument qu'on est ça du Michelin et... ». Et bien du coup c'est terminé chef. Merci beaucoup pour le temps que vous m'avez consacré.

[Fin de l'enregistrement]

ANNEXE H - GUIDE D'ENTRETIEN ENVISAGEE SUR LA DEUXIEME ANNEE DE MASTER

Phase	Contenu	Question de relance
Introduction	<ul style="list-style-type: none"> • Prise de contact : se présenter pour mettre en confiance l'interviewé. • Demander l'autorisation d'enregistrement en garantissant l'anonymat. • Explication de notre travail de recherche en deuxième année de master, ainsi que du thème choisi. 	
L'interviewé	<ul style="list-style-type: none"> • S'intéresser au profil de l'interviewé, notamment sur son parcours professionnel. • Demander une brève présentation de l'entreprise : quelle cuisine est réalisée au sein de l'entreprise ? 	
Le Guide Michelin	<ul style="list-style-type: none"> • Pourriez définir en quelques mots ce que le <i>Guide Michelin</i> représente à vos yeux ? • De manière très brève, qu'est-ce qui vous a poussé à décrocher votre ou vos étoiles : était-ce un rêve d'enfant, une histoire de famille ? • Quels sont vos impressions vis-à-vis du travail que le <i>Guide Michelin</i> effectue ? 	
Entre notoriété et légitimité	<ul style="list-style-type: none"> • Comment définiriez-vous la notoriété que le <i>Guide Michelin</i> vous apporte aujourd'hui ? • De quelle manière le <i>Guide Michelin</i> a-t-il impacté le regard des gens sur votre figure de chef ? • Quelle définition faites-vous de la légitimité ? • Peut-on selon vous accéder à la notoriété sans pour autant avoir d'étoiles au <i>Guide Michelin</i> ? • Quels sont selon vous, les autres formats avec lesquels les chefs peuvent accéder à la notoriété ? • Quel est votre avis sur la gestion des réseaux sociaux ? • Quel est votre avis sur les émissions culinaires diffusées à la télévision ? • Pensez-vous que le <i>Guide Michelin</i> octroie plus de notoriété ou de légitimité ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensez-vous que le <i>Guide Michelin</i> soit un moyen de légitimer le travail que vous faites ici, en cuisine ? • Pouvez-vous citer quelques exemples de ces formats ? • Portez-vous beaucoup d'attention à la critique qui est faite sur les réseaux sociaux ou les plateformes de jugement ? • Pensez-vous que cela a toujours été le cas ou qu'aujourd'hui, il y a une évolution dans la perception de ce qu'apporte le <i>Guide Michelin</i> ?

Phase	Contenu	Question de relance
Donnez un sens	<ul style="list-style-type: none"> • Selon vous à quoi servent les distinctions attribuées par le <i>Guide Michelin</i> ? • Pensez-vous que ces distinctions soient un moyen d'encourager ou de sanctionner ce que les chefs réalisent dans leur cuisine ? • Que pensez-vous du fait que le <i>Guide Michelin</i> légitime des mouvements ou des tendances culinaires ? • Est-ce que pour vous le <i>Guide Michelin</i> permet de légitimer des tendances (autre que culinaire) ? • Quel est votre avis sur la création de l'étoile verte ? • Pensez-vous que le <i>Guide Michelin</i> donne un sens à la pratique que vous faites ici, ou de manière plus générale au sein de la profession ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce que sont selon vous ces notions d'encouragements et de sanctions ? • Que pensez-vous de ce système d'inclusion-radiation que le <i>Guide Michelin</i> a mis en place à ses débuts ? • Pourrions-nous dire que la création de mouvements permet aux chefs de s'identifier au sein de la profession ? • Pensez-vous que cela soit quelque chose de bénéfique ou négatif pour la profession ? • Entrez-vous dans cette démarche ? Recherchez-vous à l'obtenir ? Si oui, ou si non, pourquoi ?

Phase	Contenu	Question de relance
La gastronomie française	<ul style="list-style-type: none"> • Comment définiriez-vous ou percevez-vous la gastronomie française ? • Quels sont selon vous, les changements les plus importants que la gastronomie française ait pu rencontrer ? • Êtes-vous tout autant attaché au <i>Guide Michelin</i> qu'à un autre guide ? • Que pensez-vous du Gault & Millau ? • Est-ce que vous vous identifiez davantage au <i>Guide Michelin</i> ou au Gault & Millau ? • Selon vous, pourquoi la gastronomie française est-elle aussi reconnue dans le monde entier ? • Pensez-vous que le <i>Guide Michelin</i> est permis à la gastronomie française de rayonner dans le monde ? • Pensez-vous que l'internationalisation du <i>Guide Michelin</i> soit une bonne chose pour la gastronomie française ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Quel(s) guide(s) est ou sont le plus associé à la gastronomie française ? • Pourquoi selon vous, les chefs se réfèrent-ils plus à l'un ou à l'autre ? • Selon vous, pourquoi la relation entre le <i>Guide Michelin</i> et la gastronomie française est-elle aussi étroite ?

ANNEXE I - ÉTUDE QUANTITATIVE POUR L'HYPOTHESE 1.

[illegible]

Légende :

- * V : Étoile verte.
- RS : Les réseaux sociaux
- Insta. : Instagram.
- Link. : LinkedIn.
- Symb. : Symbole

ANNEXE J - ÉTUDE QUANTITATIVE POUR L'HYPOTHESE 3.



Guide Michelin & Gastronomie Française

 analiecql@gmail.com (non partagé) [Changer de compte](#) 

Vous êtes un(e)... ?

☐ Femme

☐ Homme

☐ Je ne souhaite pas répondre

Quel âge avez-vous ?

☐ 18-25 ans

☐ 26-35 ans

☐ 36-45 ans

☐ 46-55 ans

☐ 56-65 ans

☐ + de 65 ans

Depuis combien de temps travaillez-vous dans la restauration ?

Votre réponse

Vous êtes... ?

☐ Propriétaire d'établissement

☐ Directeur ou directrice d'établissement

☐ Responsable de service

☐ Employé(e)

☐ Étudiant(e) en hôtellerie-restauration

Guide Michelin & Gastronomie Française

Connaissez-vous le Guide Michelin ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

En un mot, qu'est-ce que le Guide Michelin pour vous ?

Votre réponse _____

Comment définiriez-vous la gastronomie française ?

Votre réponse _____

À combien estimez-vous le lien fait entre le Guide Michelin et la gastronomie française ?

- ☐ Très faible
- ☐ Faible
- ☐ Neutre
- ☐ Forte
- ☐ Très forte

Pensez-vous que le Guide Michelin en s'internationalisant a permis la reconnaissance de la gastronomie française à l'échelle mondiale ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

INDEX DES FIGURES

FIGURE 1 - DEMARCHE DE LA RECHERCHE	9
FIGURE 2 - FRISE CHRONOLOGIQUE DE L'ACCEPTION DU CULINAIRE COMME ART	15
FIGURE 3 - LES DISTINCTIONS DU GUIDE MICHELIN	26
FIGURE 4 - TOQUES GAULT & MILLAU.....	34
FIGURE 5 - LA CREATIVITE GASTRONOMIQUE	59
FIGURE 6 - SO MUCH MORE THAN FOOD TO A CHEF'S DREAM. NEW YORK TIMES	63
FIGURE 7- A SIMPLE LUNCH WITH PAUL BOCUSE. NEW YORK TIMES	63
FIGURE 8 - ÉCHANGES AVEC LE MAITRE DE MEMOIRE	70
FIGURE 9 - JUSTIFICATION DE NOTRE TERRAIN DE RECHERCHE	77
FIGURE 10 - METHODOLOGIE DE TRAVAIL POUR L'ANNEE DE MASTER 2.....	82

INDEX DES TABLEAUX

TABLEAU 1 - CONTENU DES SELECTIONS DU GAULT & MILLAU	33
TABLEAU 2 – TOQUES ET NOTATION DU GAULT & MILLAU	34
TABLEAU 3 - LES DIFFERENTES FORMES DE DOMINATION PAR MAX WEBER	48
TABLEAU 4 - CLASSEMENT DE L'APPARITION DES GUIDES GASTRONOMIQUES	60
TABLEAU 5 - ÉCHEANCIER DE TRAVAIL	70
TABLEAU 6 - LE GUIDE D'ENTRETIEN	73
TABLEAU 7 - METHODOLOGIE DE L'HYPOTHESE 1	78
TABLEAU 8 - METHODOLOGIE DE L'HYPOTHESE 2	79
TABLEAU 9 - METHODOLOGIE POUR L'HYPOTHESE 3	80

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION GENERALE	7
PARTIE 1. ÉTAT DE L'ART	10
CHAPITRE 1. L'ART CULINAIRE ET LA GASTRONOMIE	12
1. <i>Notion d'art</i>	12
1.1. Arts légitimes	12
1.2. Entraves à la classification de l'art culinaire	12
1.3. Artification culinaire	14
2. <i>La gastronomie</i>	15
2.1. Définition	16
2.2. Chiffres du secteur	16
2.3. Histoire de la gastronomie	17
2.4. Littérature gourmande	18
CHAPITRE 2. LE GUIDE MICHELIN	21
1. <i>L'histoire du Guide Michelin</i>	21
1.1. Un guide technique	21
1.1.1. Dans quel contexte le Guide émerge-t-il ?	21
1.1.2. Quel est son contenu ?	22
1.1.3. Comment gagne-t-il la confiance de ses lecteurs ?	22
1.2. Un guide touristique	23
1.2.1. Dans quel contexte le Guide émerge-t-il ?	23
1.2.2. Quel est son contenu ?	23
1.2.3. Comment gagne-t-il la confiance de ses lecteurs ?	24
1.3. Un guide gastronomique	24
1.3.1. Dans quel contexte le Guide émerge-t-il ?	24
1.3.2. Quel est son contenu ?	25
1.3.3. Quelles sont ses distinctions ?	25
1.3.4. Comment gagne-t-il la confiance de ses lecteurs ?	26
2. <i>Le fonctionnement et l'évolution du Guide Michelin</i>	27
2.1. Le mystère de l'inspecteur	27
2.2. L'internationalisation du guide	28
2.3. La digitalisation du guide	29
CHAPITRE 3. L'UNIVERS CONCURRENTIEL	32
1. <i>Le Gault & Millau</i>	32
1.1. Histoire du Gault & Millau	32
1.2. Quel est son contenu ?	33
1.3. Quelles sont les distinctions attribuées ?	34
1.4. Une comparaison entre Michelin et Gault & Millau	35
2. <i>La critique profane</i>	35
2.1. Les dispositifs de jugement impersonnels	35
2.1.1. Qui sont les évaluateurs ?	36
2.1.2. La critique profane dans le domaine de la restauration	36
2.2. La critique profane et les guides	37
2.2.1. La difficulté d'une coexistence pour certains	37
2.2.2. L'opportunité pour d'autres	38

PARTIE 2. LA PORTEE D'UN GUIDE TEL QUE LE MICHELIN	41
CHAPITRE 4. LE <i>GUIDE MICHELIN</i> AU-DELA DE LA NOTORIETE QU'IL CONFERE, APORTE UNE LEGITIMITE AUX CHEFS.	44
1. <i>Qu'est-ce que la notoriété ?</i>	44
1.1 Définition	44
1.2 L'apport de notoriété par le Guide Michelin	45
1.2.1. Sur le restaurant	45
1.2.2. Sur les professionnels	46
1.2.3. Les limites.....	47
2. <i>Et qu'est-ce que la légitimité ?</i>	47
2.1. Définition	47
2.2. Pourquoi le <i>Guide Michelin</i> est-il légitime ?	48
2.3. La remise en cause de leur légitimité	49
2.3.1. Comment est-elle née ?	49
2.3.2. ...Preuve à l'appui	51
CHAPITRE 5. LE <i>GUIDE MICHELIN</i> DONNE UN SENS À LA PRATIQUE	53
1. <i>Entre encouragements et sanctions</i>	53
1.1 Leur vision de la gastronomie.....	53
1.2 Des encouragements.....	54
1.3 ...Mais aussi des sanctions	55
2. <i>Identification et valorisation</i>	56
2.1. Reconnaissance entre les pairs	56
2.2. Sous de mêmes engagements.....	56
CHAPITRE 6. LE <i>GUIDE MICHELIN</i> EST ASSOCIE A LA GASTRONOMIE FRANÇAISE	59
1. <i>Historiquement liés</i>	59
1.1 Première critique	59
1.2 Définition des critères de notation	61
2. <i>Une ouverture à l'internationale</i>	62
2.1. Ambassadeurs	62
2.2. À l'étranger	63
2.2.1. Le cas des États-Unis.....	64
2.2.2. Le cas du Japon	64
PARTIE 3. METHODOLOGIE ET TERRAIN D'APPLICATION	67
CHAPITRE 7. METHODOLOGIE DE LA PREMIERE ANNEE DE MASTER	69
1. <i>Méthodologie adoptée</i>	69
1.1. Dates clés.....	69
1.2. Échanges avec le maître de mémoire	70
1.3. Récapitulatif de la méthode choisie.....	71
2. <i>Méthodologie « terrain »</i>	71
2.1. Méthode qualitative	71
2.2. Personnes interrogées	72
2.3. Guide d'entretien	72
CHAPITRE 8. TERRAIN D'APPLICATION.....	75
1. <i>Rappel des objectifs des hypothèses</i>	75
2. <i>Notre terrain de recherche</i>	76
2.1. Choix du terrain	76
2.2. Justification de ce choix	76
CHAPITRE 9. METHODOLOGIE ENVISAGEE ET PERSPECTIVES.....	78
1. <i>Méthodologie</i>	78
1.1 Méthodologie pour l'hypothèse 1.....	78
1.1.1. Étude qualitative	78
1.1.2. Étude quantitative.....	79
1.2 Méthodologie pour l'hypothèse 2.....	79
1.2.1. Étude qualitative	80
1.3 Méthodologie pour l'hypothèse 3.....	80

1.3.1.	Étude qualitative	80
1.3.2.	Étude quantitative	81
1.4	Analyse de nos résultats	81
2.	<i>La méthodologie de travail envisagée en master deuxième année</i>	82
3.	<i>Stage envisagé en master deuxième année</i>	83
2.1.	Près de la critique... ..	83
2.2.	...Et près des chefs	83
CONCLUSION GENERALE		84
BIBLIOGRAPHIE		86
TABLE DES ANNEXES.....		89
INDEX DES FIGURES		147
INDEX DES TABLEAUX		148
TABLE DES MATIERES		149
RÉSUMÉ		152

RÉSUMÉ

L'intérêt du Guide Michelin pour les chefs gastronomiques français

Ce mémoire de recherche s'oriente sur le *Guide Michelin* et la manière dont celui-ci a réussi, à traverser les décennies avec bravoure. D'une manière assez généralisée, nous avons tenté de comprendre dans quel contexte le célèbre *Guide Rouge* était-il né, et surtout, dans quel contexte avait-il continué d'être ce qu'il est encore aujourd'hui. Lors de notre étude, nous avons souhaité examiner deux grands axes ; le premier consistait tout d'abord, à favoriser le lien maintenu entre la critique Micheline et les chefs français, premiers bénéficiaires, mais également premiers déficitaires. Puis dans un second temps, nous souhaitons analyser cette pluralité d'accès à la notoriété, qui tente d'entacher la portée du *Guide Michelin*. Ce sont principalement des variantes telles que la légitimité et la notoriété qui émanent de notre travail de recherche. En quelques mots, le travail mené jusqu'ici, consiste à comprendre la manière dont le *Guide Michelin* continue d'exister au travers d'un univers gastronomique, et d'un monde généraliste, pourtant tous deux, changeants.

Mots clés : *Guide* *Gastronomie* *Michelin* *Critique*

SUMMARY

The interest of the Michelin Guide for French gastronomic chefs

This memoire focuses on the *Michelin Guide* and how it has managed to survive the decades with bravery. We tried to understand in what context the famous *Michelin Guide* was born, and in what context it has continued to be what it is today. During our study, we wished to examine two major axes; the first consisted, in favouring the link maintained between the Micheline critic and the French chefs, the first beneficiaries, but also the first losers. Secondly, we wished to analyse this plurality of access to notoriety, which attempts to taint the scope of the *Michelin Guide*. It is variants such as legitimacy and notoriety that emerge from our research work. In a few words, the work conducted so far consists of understanding the way in which the Michelin Guide continues to exist through a gastronomic universe and a generalist world, both of which are changing.

Key Words: *Guide* *Gastronomy* *Michelin* *Critic*