



**HAL**  
open science

## Patrimoine et créativité en gastronomie, à la recherche de compromis...

Estelle Bonnet, Daniel Villavicencio

► **To cite this version:**

Estelle Bonnet, Daniel Villavicencio. Patrimoine et créativité en gastronomie, à la recherche de compromis.... Kilien Stengel. Identités alimentaires et héritages gastronomiques, L'harmattan, 2021, 978-2-343-22266-0. halshs-03516455

**HAL Id: halshs-03516455**

**<https://shs.hal.science/halshs-03516455v1>**

Submitted on 7 Nov 2022

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# PATRIMOINE ET CREATIVITE EN GASTRONOMIE, A LA RECHERCHE DE COMPROMIS...

par Estelle BONNET, Centre Max Weber, Université Lyon 2 et Daniel VILLAVICENCIO, Centre Max Weber, Université Autonome Métropolitaine de Mexico

## Introduction

Ce chapitre se propose d'explorer les liens et éventuelles tensions entre créativité et patrimoine en gastronomie, à partir d'entretiens réalisés auprès de chefs de cuisine et de pâtisserie. Après une première définition de ces deux notions, il s'agit d'examiner les interactions et compromis qu'elles entretiennent entre elles. Si le patrimoine peut être convoqué dans l'exercice de l'activité des chefs et plus largement dans un processus de création, intervenant tour à tour comme référent identitaire, garde-fou ou point d'ancrage à partir duquel les professionnels peuvent inventer, il s'agit parallèlement de voir en quoi la démarche créative des chefs contribue en retour à une évolution de ce patrimoine.

La gastronomie française évoque un patrimoine socioculturel bâti depuis plus de trois siècles. Elle se situe à l'articulation d'un sentiment d'appartenance nationale historiquement construit et d'un nécessaire renouvellement de ses productions. Elle s'inscrit dans une dynamique identitaire portée par des institutions (telles que les associations professionnelles, les écoles de formation...) et des acteurs variés du monde culinaire tels que les professionnels de la cuisine, les guides et critiques gastronomiques, les clients et consommateurs ou encore les fournisseurs de produits, qui

11

concourent diversement à sa définition et son évolution (Bonnet, Villavicencio, 2016, 2018).

Si la cuisine n'est pas la gastronomie, elle en est une forte composante (Cohen et Csergo, 2012). La cuisine est dotée d'un ensemble de techniques participant à la transformation, la préparation, la composition et la présentation de mets, de savoirs et savoir-faire spécifiques qui s'inscrivent au cœur d'un apprentissage, de normes et de conventions qui encadrent l'exercice professionnel. Elle se situe au cœur d'un patrimoine et d'une identité nationale plus ou moins revendiquée et autour de laquelle les chefs composent et proposent leurs productions. La gastronomie française est elle-même élevée au rang de patrimoine. Ce patrimoine sert parfois de repère sur les critères de ce qui est acceptable ou non en matière de goût. Il encadre le travail des chefs et interfère plus ou moins fortement sur leurs manières de faire.

Pour autant, la cuisine évolue et montre une capacité forte d'innovation impulsée par le mouvement des produits et des hommes à travers le monde. Le secteur de la restauration,

fortement concurrentiel, amène les chefs à innover et à proposer de nouvelles préparations afin de répondre aux exigences d'une clientèle soucieuse de nouveautés. La créativité des chefs est ainsi fortement sollicitée, avec dans le même temps la nécessité de composer avec des publics divers dont les attentes vis-à-vis de l'innovation peuvent varier.

Alors que la créativité renvoie à l'idée d'invention, de transformation ou encore à la mise en œuvre d'une production qui n'existe pas encore, le patrimoine réfère quant à lui à une forme d'héritage, à l'image du passé. Il fait appel à l'histoire et à un existant auquel les personnes peuvent être tenues ou rappelées, en maintenant cet héritage et/ou en le transmettant.

Au regard de ces premières définitions, créativité et patrimoine peuvent ainsi apparaître comme deux réalités en tension. Quels types de compromis peut-on alors identifier entre créativité convoquant une forme de transgression du passé, et maintien de ce patrimoine? Comment penser la créativité culinaire dans un contexte de fort patrimoine gastronomique ?

12

Comment ce patrimoine influence-t-il le processus de créativité ?

Nous tâcherons ici d'explorer les liens entre créativité et patrimoine en gastronomie en nous appuyant sur une recherche réalisée il y a quelques années par entretiens auprès de chefs de cuisine et de pâtisserie français, établis en France, mais également au Mexique et au Vietnam<sup>5</sup>. Ces chefs ont été choisis sur la base de critiques recensées dans les guides gastronomiques, fléchant leur cuisine comme relativement créative. Nous avons également procédé par échantillonnage « boule de neige », qui consiste à demander aux personnes interviewées d'indiquer un établissement qui leur semblait intéressant du point de vue de la capacité créative de confrères. Ce mode d'approche s'est avéré fructueux dans la rencontre des professionnels, tant il est parfois difficile d'atteindre ces derniers, fortement pris par leur activité et sollicités par les médias. Au final, les chefs que nous avons rencontrés travaillaient tous dans des établissements référencés et plébiscités dans les guides gastronomiques par l'attribution de toques, macarons, ou autres classifications élogieuses<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> 10 chefs ont été rencontrés au cours des années 2013 et 2014 en France (Paris et Lyon) et 4 chefs français expatriés au Mexique et au Vietnam (au Mexique, les entretiens ont eu lieu en face à face, et par visio-conférence pour les deux chefs au Vietnam). Parmi les 14 chefs interviewés, 10 sont cuisiniers, 3 sont pâtissiers, 1 était pâtissier pour devenir ensuite cuisinier. Seules deux femmes cheffes de cuisine (dans un métier à forme dominante masculine) ont pu être rencontrées. La rencontre de chefs français installés à l'étranger a été motivée par notre souci de circonscrire l'innovation en cuisine et d'étudier l'impact éventuel d'une mobilité à l'étranger sur les productions culinaires réalisées.

L'enquête exploratoire s'est accompagnée de l'observation du travail de chefs lors d'un stage de deux journées de formation délivrées par une grande cheffe en pâtisserie auprès de chefs de cuisine et pâtisserie.<sup>6</sup> L'ensemble des chefs rencontrés travaille dans des établissements de restauration commerciale (excluant la restauration mobile ou en self-service, et la restauration collective).

---

13

Nous reviendrons, dans une première partie de ce chapitre, sur quelques éléments de définition afin de mieux circonscrire créativité et patrimoine. Nous explorerons à cette occasion les différentes contraintes pouvant peser sur la créativité gastronomique et la façon dont le patrimoine peut être convoqué dans l'activité de travail des chefs,

Nous montrerons ensuite, dans un second temps, comment les bornes de ce patrimoine, ou du moins certaines de ses composantes, sont susceptibles d'être modulées sous l'impulsion de dynamiques professionnelles, de contrainte de marché ou encore d'attentes d'une clientèle.

Précisons que notre propos s'inscrit prioritairement dans une sociologie des pratiques professionnelles de chefs et de leur évolution, en confrontation à un patrimoine qui contribue à définir ces pratiques, intervenant tour à tour comme référent identitaire, garde-fou ou point d'ancrage à partir duquel les professionnels peuvent inventer. Il ne s'agit donc pas ici de rendre compte du processus de patrimonialisation de savoirs locaux et alimentaires, ou encore de la reconnaissance et de l'institutionnalisation des produits de terroir ou de qualification du patrimoine. Nous renvoyons sur ces questions aux nombreux et riches travaux existants, examinant de très près ces processus<sup>7</sup>.

Les points que nous soulevons ne prétendent pas à l'exhaustivité. Ils tentent d'explorer certains composants de la créativité des chefs et de cerner les éventuelles tensions et compromis qui opèrent entre créativité et patrimoine gastronomique. Comme nous souhaitons le montrer, si les chefs créent en lien direct à un patrimoine qui les ceint et assoie leur pratique, on peut aussi considérer que ce patrimoine évolue en

<sup>7</sup> On se réfère ici en particulier aux nombreux travaux de recherche de Paloc (<http://www.paloc.fr>) et de l'antenne « ressources des terroirs – cultures, usages, sociétés » animée par Laurence Bérard (<http://www.ecoanthropologie.cnrs.fr>).

---

14

lien avec le travail créatif des chefs et peut être redéfini au sein du groupe professionnel par ces

derniers.

## 1. Créativité et patrimoine : enjeux et contraintes

La notion de « patrimoine gastronomique » est associée à l'inscription en 2010 de la gastronomie française au patrimoine culturel immatériel de l'humanité. Comme le précise Julia Csergo (2011) dans un rappel sur l'histoire de l'inscription du repas gastronomique au patrimoine immatériel, «le repas gastronomique ne concerne nullement les productions concrètes servies au cours de ce repas (produits, plats), mais consacre une pratique familière : celle du repas festif par lequel on célèbre un événement particulier (anniversaires, mariages, réussites, etc.) et qui se marque, comme partout dans le monde, par des usages et des rituels qui se sont enracinés, au cours de l'histoire, dans toute la société jusqu'à devenir un élément d'une culture commune ».

Le site officiel de la France souligne que « A la différence du patrimoine mondial matériel qui comprend les sites et les monuments, le patrimoine immatériel concerne les processus culturels qui «inspirent aux communautés vivantes un sentiment de continuité par rapport aux générations qui les ont précédées et revêtent une importance cruciale pour l'identité culturelle ainsi que la sauvegarde de la diversité culturelle et de la créativité de l'humanité». Concernant le patrimoine gastronomique de la France, l'Unesco n'a pas distingué de recettes culinaires particulières emblématiques du pays (qui pourraient faire référence au patrimoine matériel), pour privilégier le rituel identitaire « destiné à célébrer les moments les plus importants de la vie des individus et des groupes », mêlant convivialité et gastronomie, rassemblant les personnes autour d'une table apprêtée, en vue de partager des mets de qualité accompagnés d'un vin approprié.

Le patrimoine alimentaire se compose d'un ensemble de produits bruts et transformés, de savoirs et savoir-faire nécessaires à leur production, de techniques et objets culinaires

15

liés à leur transformation, de savoirs et pratiques liés à la consommation (manière de table, formes de sociabilités, objets de la table, symbolique des aliments...) et de la distribution alimentaire (marchés de pays, vente à la ferme) (Bessière et Tibère, 2011).

Relié à l'univers gastronomique des chefs de cuisine et pâtisserie, et dans la continuité de cette définition, le patrimoine gastronomique renvoie à une construction sociale associant des éléments matériels et immatériels, inscrits dans un héritage partagé: produits, plats, techniques, savoirs et savoir-faire professionnels des chefs...

La question du patrimoine gastronomique convoque des éléments du passé méritant d'être conservés et transmis au fil des générations. Il s'inscrit dans une volonté de maintenir les acquis

et la perpétuité d'un ordre établi autour de normes, règles, habitudes et coutumes alimentaires. Il constitue une mémoire collective et « annonce une garantie, une profondeur historique, un ordre constant dans un continuel changement » (Bessière, 2012 : 979).

Comme le souligne Lenclud (1987) à propos de la tradition, le patrimoine renverrait à l'idée de conservation dans le temps ; d'un message culturel porté par des idées, des valeurs et représentations ; et d'un mode particulier de transmission. Pour autant, et comme l'analyse critique de l'auteur le suggère, cette approche initiale prête toutefois à interrogation car elle présuppose l'existence d'un modèle dont rien ne prouve au demeurant qu'il existe, et qui serait constitué d'éléments que l'on pourrait qualifier et reconnaître, tout comme il serait possible de considérer d'autres éléments qui ne seraient eux pas considérés comme relevant d'une tradition, ou d'un patrimoine... On comprend alors qu'une définition circonscrite du patrimoine est difficile. Les éléments constitutifs de ce patrimoine ne sont pas toujours clairement et unanimement définis par un groupe unifié. La question du patrimoine est par ailleurs sensible à la capacité des hommes à interpréter le passé à partir du présent, en fonction de critères contemporains. Le patrimoine, comme la tradition, serait ainsi ce qu'on le fait être.

16

On retiendra pour notre propos l'idée selon laquelle le patrimoine réside moins dans des idées que dans des pratiques et des façons de faire, qui renvoient elles-mêmes à un devoir social de conformité (Lenclud, 1987). La créativité des chefs pourrait quant à elle s'exprimer par rapport à ce dont ils veulent s'écarter et qui est notamment consigné dans des ouvrages (de cuisine en l'occurrence), ou encore dans des gestes et des pratiques professionnelles.

Les savoirs et savoir-faire des chefs reposent sur des normes professionnelles construites et validées au cours du temps. Par norme on entend généralement des devoir-être et devoir-faire informels qui dictent des manières de faire, des modèles de conduite, et orientent les comportements. La norme est ainsi entendue dans le sens de ce qui se fait ou ne se fait pas, de ce que l'on doit être et de ce qu'il faut faire dans l'exercice de l'activité (Bonnet, Milly, 2011).

Ces normes, coutumes, habitudes, représentations collectives, que l'on peut regrouper sous le terme de conventions (Becker, 1988) servent de cadre de référence dans l'exercice du métier. Ces conventions dressent les contours de l'activité à partir d'un corpus de savoirs et savoirs faire communs. Les valeurs, les façons explicites ou implicites de faire, les normes et coutumes sont transmises au cours de la formation professionnelle au sein des écoles, lors des stages et des expériences professionnelles dans les établissements. La question qui se trouve posée est alors de comprendre comment ces normes et conventions, constitutives d'un passé, évoluent au cours de l'histoire. L'autre question que l'on peut soulever est aussi de voir en quoi le patrimoine constitue

une condition du changement, agissant comme une référence sur laquelle on s'appuie pour penser le nouveau.

Quelques tensions entre créativité et héritage du passé...

Le patrimoine et les normes professionnelles qui encadrent l'exercice professionnel sont deux notions qui rappellent un héritage, un état des choses (establishment en anglais) que l'on doit respecter et reproduire dans la mesure où ils traduisent une

17

identité dans laquelle se reconnaissent les gens du métier, mais aussi des clients et consommateurs, des fournisseurs de produits alimentaires, ou encore des chroniqueurs et journalistes... Quelle place alors pour la créativité gastronomique, notion qui renvoie d'emblée à la nouveauté et à la différence ?

Le patrimoine culinaire d'un pays sert à tout moment de repère sur les critères de l'acceptabilité et de ce fait peut constituer un frein à la créativité. Comme le souligne une cheffe de cuisine d'un établissement étoilé rencontrée au cours de notre enquête : « en France on a tellement de patrimoine que ça nous pèse un peu, c'est comme des chaussures pleines de boue à force d'avoir tellement marché dans les champs... ».

La créativité représente une certaine transgression des normes et valeurs constituant la culture gastronomique en vigueur (Bonnet et Villavicencio, 2016, 2018). Elle est associée à l'idée d'originalité, à quelque chose d'inédit, de nouveau du point de vue du goût. Elle peut conduire à un changement d'habitudes, de mœurs, de modes de consommation. Elle recouvre dans ce cas le caractère d'innovation<sup>8</sup>.

Parler d'innovation invite à l'étude des transformations que cette innovation induit. L'innovation peut ainsi être associée à l'introduction de nouveaux ingrédients et de nouvelles associations (innovation de produit), à l'appel à de nouvelles méthodes de préparation et de cuisson (innovation technique) ou la mise en œuvre d'un nouveau mode d'élaboration d'un met (innovation de procédé). Elle peut aussi être associée à ce que Goulet et Vinck (2012) nomment une innovation de retrait. Sur ce point, un ancien chef de cuisine propose par exemple de revisiter certaines recettes emblématiques de la cuisine

<sup>8</sup> L'innovation réfère à l'idée de transformation d'une invention en de nouvelles pratiques et de nouveaux usages. Elle «représente l'ensemble du processus social et économique amenant l'invention à être finalement utilisée ou pas » (Alter, 2002). Au regard de cette définition, la créativité apparaît alors comme l'une des étapes du processus plus global d'innovation.

française en limitant le nombre des ingrédients propres à un plat (chaque recette est composée de 2 à 6 ingrédients) (Mallet, 2015). L'expertise professionnelle et l'innovation consistent alors non pas en de nouvelles associations mais plutôt à proposer une savante épure des recettes tout en garantissant un résultat gustatif intéressant. L'innovation est ici fondée sur du moins de ou du sans (Goulet et Vinck, 2012), visant à réduire, diminuer ou supprimer certains ingrédients tout en étant attentif à la précision et l'articulation des saveurs.

Que l'on se situe dans une innovation de retrait ou dans la proposition de nouvelles combinaisons d'ingrédients, la créativité des chefs implique une connaissance fine des produits, une maîtrise approfondie des techniques professionnelles, une expertise professionnelle qui, grâce à l'expérience, va permettre d'envisager certaines associations, de nouveaux modes de cuisson ou d'élaboration des mets...

Mais cette créativité s'inscrit également, comme nous l'avons précédemment suggéré, dans un cadre de références liées au patrimoine culinaire, aux habitudes de la société, à sa mémoire du goût, à ses normes sanitaires et diététiques, à sa capacité de rompre avec une partie de ses traditions sans pour autant les renier. Cette créativité est autrement dit circonscrite par des règles et codes propres au métier, des critères issus de mœurs culinaires héritées qui, comme les produits que l'on mange et la manière dont on les prépare, font partie du patrimoine<sup>9</sup>.

Ainsi, et au regard de ce que nous venons d'aborder, toutes les associations de produits sont-elles envisageables dans une démarche créative ? Si cette question est généralement suivie d'une réponse par l'affirmative des chefs, qui insistent sur l'immense champ des possibles dont ils bénéficient, les discours sont ensuite modulés en fonction d'associations qualifiées de

<sup>9</sup> Sur l'attractivité entre tradition et création en cuisine, voir sur ce point différentes contributions dans l'ouvrage collectif de Csergo et Lemasson, 2008, ou Leschziner, 2010.

plus ou moins heureuses, voire impossibles. Ainsi, le sorbet de lotte ou les escargots au chocolat sont-ils pensables ? A cette question le champ des possibles se restreint fortement.

De la difficulté d'entrevoir certaines associations d'ingrédients...

La difficulté à entrevoir certaines associations peut s'expliquer par différents facteurs, agissant conjointement. Une première restriction (bien que notre présentation ne s'inscrive pas dans une



hiérarchisation de ces restrictions) relève, on l'a dit, de l'exercice du métier et de l'expertise professionnelle des chefs qui leur permet d'envisager ou de bannir certaines associations. Ainsi, dans ces associations se pose la question de la prédominance ou non de certains saveurs sur d'autres, d'effet de longueur de ces saveurs en bouche, de jeu des textures et d'équilibre gustatif. Les chefs disposent de savoirs et savoir-faire qui constituent le terreau à partir duquel ils construisent leurs compositions et leurs préparations. L'association de produits obéit à des règles inhérentes à leur nature, aux techniques de transformation, mais aussi aux traditions culinaires ancrées dans la société et dans la culture du pays. Il faut parvenir à sublimer les produits sans les dénaturer, assurer un équilibre des saveurs et des textures, savoir quel produit peut dominer ou neutraliser le goût des autres. (Bonnet et Villavicencio, 2016). Le travail de création se doit d'explorer et de révéler le meilleur du produit, d'en exhiler au plus près les saveurs, dans sa préparation, sa cuisson, ses associations.

Une seconde restriction est liée au jugement des clients et des guides gastronomiques, et à ce que l'on peut nommer des « expertises profanes » (sur lesquelles nous reviendrons en seconde partie de ce chapitre) auxquelles les chefs s'adressent. Ce sont les clients et consommateurs qui au final décident d'accepter ou non les créations culinaires, de fréquenter ou non un établissement dont on propose de « moderniser » des plats traditionnels, de revisiter des recettes emblématiques en leur apportant une touche d'exotisme. Les plats proposés doivent répondre à une mise en confiance des clients et s'inscrire dans

20

leurs préoccupations en termes de normes sanitaires, de transparence et de traçabilité des produits. Ces plats doivent obéir à certaines normes nutritionnelles, voire à certaines normes éthiques et politiques relatives à la production des ingrédients... Le processus de créativité est ainsi soumis à ces différents jugements, tout comme à ceux d'autres professionnels du métier, qui donnent leur avis et leur appréciation sur ce qu'ils reçoivent et sur ce que les chefs produisent. Il convient donc dans le processus de création de composer avec ces différents acteurs sociaux et publics.

Une autre forme de restriction réfère au patrimoine gastronomique sur lequel les chefs s'appuient, ne serait-ce que celui transmis au cours de leur formation professionnelle. Les chefs créent par rapport à ce qui existe. Les nouveautés qu'ils produisent ne s'inscrivent pas dans un vide symbolique et matériel. Le patrimoine (pensé notamment à partir d'ouvrage de recettes, d'habitudes culturelles ou encore de la transmission de gestes et pratiques professionnelles) sert de point d'appui – voire d'ancrage – et de reconnaissance identitaire (dans le sens de connaître ce qui existe, et d'appartenance à un univers), tout en posant les possibles frontières à franchir ou ne pas franchir. On est créatif par rapport à un domaine de référence : manger une salade avec quelques petits bouts d'insectes peut paraître créatif en France. Au Mexique, cela se mange

depuis 3000 ans. Les référents gustatifs à partir desquels on se situe enfreignent ainsi certaines associations, tant du point de vue des professionnels que des consommateurs.

Le patrimoine gastronomique renvoie à un passé identitaire qui configure les modes et manières de manger. Ce patrimoine est constitué de plusieurs éléments en interaction : des produits à consommer, des plats, des techniques d'élaboration, des savoirs et savoir-faire professionnels, des modes de consommation... Ces divers éléments construisent un cadre de référence matériel et symbolique pour la mise en œuvre de l'activité culinaire. Des règles institutionnelles liées à la santé et à l'environnement viennent compléter ce cadre de référence et délimitent un contexte d'action qui encadre l'activité professionnelle des chefs.

21

Ce contexte – ensemble disparate d'objets, de personnes, d'événements ou de circonstances (Raynaud, 2006) – constitue le milieu dans lequel un chef créatif s'est forgé mais dont il est aussi amené, dans un processus de créativité à se démarquer. Sans lister l'ensemble des éléments de ce contexte (entreprise impossible et vaine), on peut ici considérer le patrimoine comme un élément contextuel susceptible d'intervenir dans le déroulement du processus créatif des chefs.

Mais face à ces restrictions que nous venons d'esquisser, et dont la liste pourrait sans doute être enrichie, voyons à présent comment les chefs parviennent toutefois à innover et comment les frontières du patrimoine peuvent être amenées à évoluer.

## 2. Les frontières mouvantes du patrimoine

Par leur expertise et connaissance des produits, par leur talent, les chefs, que nous pouvons qualifier d'innovateurs, peuvent se trouver en tension avec un patrimoine à partir duquel ils ont appris leur métier, dans lequel ils ont « mûri » et qui peut les contraindre dans leur activité créative. Or, et comme nous souhaitons le montrer, cette tension ne constitue pas forcément un frein à cette créativité. A certains égards, les chefs peuvent aussi puiser les sources de leur créativité dans le patrimoine qui les a définis. Par ailleurs, et comme nous essaierons également de le développer, la démarche de créativité permet d'enrichir ce patrimoine. En lui apportant des éléments nouveaux, elle contribue à son évolution.

Claude Fischler (1990) a proposé la notion de « système culinaire » pour expliquer la manière dont la société se dote de moyens, de règles et de techniques pour parvenir à l'acte de manger. Ce système est composé d'éléments comme les viandes, les légumes et les épices, et d'une structure qui définit la manière de les choisir et de les organiser, telle que les techniques de préparation. Ce système devient stable et perpétuel dans la mesure où il s'inscrit dans l'identité et la pratique des groupes sociaux. Néanmoins, d'un point de vue

historique, on peut observer une évolution aussi bien des éléments (incorporation de nouveaux ingrédients par exemple) que de la structure (nouvelle organisation des éléments) d'un système culinaire. Par exemple, les pays d'Europe ont adopté et incorporé dans leur système culinaire certains fruits et légumes venus du continent américain (pommes de terre, tomates, chocolat, haricots, potirons), qui font aujourd'hui partie de leur patrimoine gastronomique. La question qui se pose est alors de comprendre comment l'on parvient à une évolution du patrimoine gastronomique et quel est le vecteur des mutations de l'ordre culinaire ? Quels sont les interactions et les facteurs permettant d'incorporer des nouveautés dans le contexte institutionnel, matériel et symbolique qui fonde la notion de patrimoine gastronomique ?

Le changement de mœurs culinaires peut s'observer lors de situations de crise où l'on substitue certains produits par d'autres plus abondants ou moins onéreux et qui finissent par rentrer dans les habitudes culinaires. Une mutation peut débuter également par l'introduction puis l'acceptation d'éléments apportés par des flux migratoires importants ; elle peut par ailleurs être la conséquence de transformations de la société liées aux dynamiques de la vie urbaine, de la vie travail/hors travail, provoquant la recomposition des activités de socialisation dont le repas.

Mais des changements peuvent également opérer au niveau des acteurs professionnels de la gastronomie. Si les chefs de cuisine et de pâtisserie sont soucieux de la préservation et la perpétuité du patrimoine gastronomique, ils sont aussi les promoteurs de transformations au niveau des pratiques culinaires : incorporation de nouvelles techniques, introduction de nouveaux produits, prise en compte de préoccupations diététiques en lien à la société moderne, ou encore souhait d'apposer une signature personnelle aux plats emblématiques du patrimoine culinaire. Comme nous le disait une Cheffe installée à Paris : « je suis jeune, en début de carrière, je n'ai pas envie de me figer sur une assiette..., le lendemain elle peut être différente parce que dans la nuit j'ai réfléchi à un truc... il faudrait qu'on essaye avec juste un poil de chicorée à la fin, ça

va redonner un peu d'énergie. Enfin voilà, c'est une cuisine qui s'appuie sur les traditions, sur les vieilles recettes entre guillemets, avec la valeur historique... mais en essayant de les twister, de les moderniser, de les réinterpréter ».

En tant que porteurs des savoir-faire inhérents au patrimoine gastronomique (techniques de cuisson, recettes des plats, maîtrise des produits), les chefs peuvent mobiliser leur créativité pour introduire des éléments nouveaux dans le système culinaire, ou modifier en partie sa structure. Si la démarche de créativité les place parfois en tension avec la notion de patrimoine, ces derniers ne sont pas pour autant en situation de rupture mais plutôt de compromis avec celui-ci. Leur

créativité puise ses sources et s'exprime dans un contexte composé et régulé par ce patrimoine, mais qui peut lui aussi être soumis à des changements et des transformations.

Un patrimoine modulé par les parcours professionnels et la mobilité des chefs

Le parcours professionnel des chefs (formations antérieures et expériences de travail) leur apporte les éléments constitutifs du métier. La formation dans des écoles de forte notoriété (tels l'Ecole Ferrandi à Paris, l'Institut Paul Bocuse à Lyon), la rencontre de figures professionnelles réputées lors des apprentissages, participent de l'acquisition de compétences, d'une vision et d'une esthétique particulières du métier, qui impriment une manière d'exercer l'activité. La formation professionnelle est à l'origine de la construction du savoir-faire culinaire, de la transmission de codes et de règles du métier qui évoluent sous l'impulsion de nouvelles techniques par exemple, et qui se développent lors des expériences de travail.

Le parcours professionnel peut également comporter des expériences de travail à l'étranger. Les voyages constituent une source d'inspiration, favorisant la rencontre d'autres produits, d'autres techniques ou encore d'autres manières de préparer des ingrédients que l'on utilise chez soi. En confrontant l'individu à de nouvelles manières de faire et de penser dans le pays d'accueil, la mobilité permet de revisiter ces manières de faire et oblige à inventer face à un nouveau contexte. Dans le même

24

temps, la connaissance d'une cuisine étrangère ne passe pas uniquement par des emprunts d'ingrédients mais oriente vers des manières différentes de cuisiner et penser ces ingrédients : « ... quand on va à l'étranger et qu'on goûte quelque chose, ça percute tout de suite parce ce que c'est un goût dont on n'a pas l'habitude ; donc il peut y avoir réticence, acceptation ou fascination... On est en train de changer tous les mœurs avec toute cette globalisation des cuisines du monde entier qui arrivent en Europe, on est en train petit à petit d'éduquer les gens à d'autres saveurs... ». Chef ayant travaillé dans un premier temps sur la Côte d'Azur, puis à Lyon pour s'installer finalement à Mexico.

L'inscription de la gastronomie française au niveau international peut être envisagée dans un double processus : d'un côté un renforcement du local et une sauvegarde des identités régionales ou nationales, et d'un autre côté une recombinaison des cuisines locales ou nationales par emprunts et imprégnation d'autres cultures culinaires (Fumey, 2011). Si certains chefs peuvent s'inscrire dans une cuisine « fusion », d'autres pourront revendiquer une cuisine à l'accent national ou ethnique plus marqué (Gristisai, 2000). Différentes formes et panels de « métissage » culinaire peuvent être entrevus, tout comme différentes zones d'influences entre pays, utilisation et réappropriation de produits en lien notamment à différentes formes de migrations ou de

voyages culinaires. La cuisine est le creuset par excellence d'un métissage, par le mélange des ingrédients et de leur cuisson (Sabban, 2011).

Le parcours professionnel permet d'acquérir des connaissances sur les produits, les techniques de préparation, aussi bien que sur les règles du métier et les dimensions identitaires du patrimoine gastronomique du pays (goûts, textures, modes de préparation, associations reconnues, hiérarchie des ingrédients, etc.). Néanmoins, l'exécution des recettes et procédés culinaires, aussi rigoureuse soit-elle, est marquée par des capacités sensorielles et cognitives inhérentes à chaque individu, ainsi qu'à leur capacité à traduire une idée, un sentiment, un souvenir en une saveur particulier. Les chefs

25

créatifs se distinguent par leur talent, par cette capacité à combiner les savoir-faire acquis et leur mémoire des goûts, à analyser les possibles agencements de saveurs en relation au milieu qui les entoure et à en tirer parti pour proposer des nouveautés. « Moi quand je crée une recette, je la crée dans les souvenirs d'enfance, souvenirs odorats, souvenirs gustatifs, souvenirs auditifs.... Alors y a pas de moment, c'est une image, une forme, un moment, un rêve... ça peut être dans les transports en commun, une odeur dans la rue, du lèche-vitrine, des émotions... » (Chef pâtissier établi en France).

Ce talent, inhérent à la créativité, devient un élément qui provoque une tension entre des critères d'élaboration parfois figés par la notion de patrimoine gastronomique, et les appétits des chefs de rompre avec une partie de ces critères.

C'est ainsi que les chefs créatifs incorporent des éléments nouveaux à l'ordre culinaire. A partir du moment où leurs créations sont acceptées et valorisées (par les clients mais aussi les pairs), les bornes qui qualifient le patrimoine du point de vue des chefs s'élargissent, les nouvelles créations venant s'adjoindre à l'existant.

L'influence du marché et des dynamiques professionnelles...

La concurrence et le marché jouent un rôle incitatif à la création. A la différence de l'industrie où un produit est fabriqué pour se vendre sur le marché pendant un certain laps de temps, les plats en gastronomie ont une durée de vie relativement courte (une saison, voire moins), de sorte que proposer des nouveaux plats devient un acte fréquent, un modus operandi face aux concurrents. A l'exception parfois de certains plats emblématiques qui semblent entrer dans l'histoire (la soupe VGE chez Bocuse par exemple), les chefs rencontrés lors de notre enquête nous expliquent combien il est important de renouveler régulièrement leur carte. Différentes manières de se démarquer existent alors, qu'il s'agisse d'améliorer la qualité du service et des plats, de revisiter

certaines recettes plus ou moins traditionnelles, ou de proposer de nouvelles créations... « Parfois les clients veulent être un peu surpris, donc il faut

26

toujours jouer avec la créativité. Aujourd'hui il y a les fleurs, l'espuma... il faut essayer de faire plaisir à tout le monde et d'inclure ces éléments pour ne pas s'éloigner des tendances... (chef français installé à Mexico)

Comme nous avons pu le montrer par ailleurs (Bonnet et Villavicencio, 2016, 2018), le processus créatif s'inscrit dans une activité de réseaux (chefs, institutions, associations du domaine de la restauration), de « cercles sociaux » où se dessinent les contours de ce qui est jugé comme inventif. Les pairs jugent de la recevabilité des productions (ce qui est plus ou moins autorisé du point de vue du goût) et les échanges que les professionnels ont entre eux orientent sur cette recevabilité.

Sur ce point, les concours organisés par le milieu professionnel sont des dispositifs d'évaluation et de reconnaissance des pratiques professionnelles, tout en constituant dans le même temps une épreuve pour la créativité des chefs. En exaltant et en mobilisant cette capacité créatrice, ils constituent des instances de validation des inventions et d'ouverture sur ce qui est ou non acceptable dans la profession. Si les prix obtenus contribuent à la réputation des chefs, les créations validées par ces prix permettent d'interroger les traditions et in fine le patrimoine.

L'obtention de macarons, de toques ou les classements internationaux des restaurants sont également des mécanismes de reconnaissance des savoir-faire des chefs mettant tout à la fois en valeur la cuisine classique et la capacité à revisiter ou inventer de nouvelles recettes.

Prix, concours et autres manifestations, tels les festivals gastronomiques, permettent d'observer comment créativité et tradition se côtoient, se juxtaposent, voire se confrontent et se redéfinissent mutuellement.

Des contours évoluant sous l'impulsion de la critique et de la clientèle.

La notoriété des chefs se construit graduellement sur la base de la qualité de leur travail, de leur parcours professionnel et de leur capacité à renouveler leur carte. Néanmoins, la créativité culinaire suppose une adaptation par rapport à un marché et une

27

acceptation de la part des clients, comme nous l'avons vu dans la première partie de ce chapitre.

Les clients et consommateurs sont de leur côté influencés dans leur expertise, notamment par les chroniques journalistiques (Naulin, 2017) et guides gastronomiques qui participent de la réputation des établissements, mais aussi parfois de leur sanction en indiquant le « bon » restaurant, celui dont on respecte les traditions, celui dont les créations culinaires sont pertinentes ou celui qui dépasse les limites de l'acceptable.

L'acte de créer fait appel aux émotions, aux impressions qui réveillent les sens lors d'un voyage, à la mémoire d'un passé vécu en famille. Ceci est valable également pour les clients lorsqu'ils dégustent les plats. Pour autant, comme nous le précise un chef, on ne doit « pas trop les décontenancer » si on souhaite les fidéliser. Apparaît alors ici un compromis entre la démarche inventive et le respect de critères associés aux traditions. L'acceptation d'une innovation suppose en effet l'existence d'un public prêt à la recevoir, ici en l'occurrence constitué par les clients de restaurants. Ces « non-experts » partagent avec les professionnels à l'initiative de l'innovation des connaissances (capacités sensorielles par rapport au goût et expériences culinaires) qui leur permettent de comprendre la compétence experte (Sarfati-Larson, 1988) et d'accepter ou non une nouveauté gastronomique. On rejoint ici l'idée du partage d'une vulgate (Trepos, 1996), sorte de discours mixte, de lieu commun entre experts et non-experts.

Les chefs sont amenés à proposer une gamme de goûts et de textures dans leurs menus qui s'inscrit dans un relatif consensus, tout en respectant l'harmonie ou le style qui correspond au label du restaurant. Il y a chez les clients ceux qui sont avides de découvertes, les adeptes de sensations culinaires originales prêts à tester un mélange de saveurs et de textures dépassant les habitudes et les traditions, et ceux moins friands de nouveautés qui vont au restaurant pour retrouver des plats traditionnels. Entre ces extrêmes se situent différents degrés d'acceptation ou de refus des raretés culinaires. La démarche créative oscille entre ces différents référents. L'acte

28

créatif se situe dans la bonne mesure. Il est nécessaire à la reconnaissance des établissements et à l'assurance d'une clientèle exigeante ayant soif de nouveautés, mais doit composer avec les goûts et exigences de ce même public qui ne doit pas être trop déstabilisé... Une sorte de compromis émerge ainsi entre la créativité des chefs et les jugements profanes. Mais ces derniers ne constituent pas toujours un frein à l'action et à l'invention: les groupes sociaux auxquels les chefs s'adressent (clients consommateurs, chroniqueurs gastronomiques, professionnels) côtoient eux-mêmes d'autres groupes sociaux, voyagent, participent à d'autres traditions culinaires et culturelles, s'ouvrent à la découverte du différent. En ce sens ils peuvent aussi constituer des facteurs moteurs à l'invention, pousser les chefs à créer de nouvelles recettes et bousculer l'ordre établi.<sup>10</sup>

## Conclusion

La créativité est, pour un certain nombre de chefs, inscrite au cœur de leur activité et participe d'une véritable appropriation du travail, d'un accomplissement de soi (Bernoux, 2015). Elle est aussi ce par quoi l'on peut obtenir une certaine reconnaissance professionnelle. La créativité est ce qui permet de s'éloigner de toute forme de routinisation et d'imprimer une signature personnelle qui distingue un chef des autres. La passion associée au plaisir des belles et bonnes choses, à la joie procurée par le produit, à la fierté éprouvée dans l'exercice de l'activité, apparaissent au fondement de la créativité des chefs.

<sup>10</sup> De nos jours, les réseaux sociaux tels facebook, twitter, instagram et autres, jouent le rôle de transmission rapide des opinions individuelles sur des expériences personnelles vécues (y compris avec des photos) dans des restaurants visités. Par ailleurs il y a des sites web de services touristiques (i.e. tripadvisor) qui permettent aux clients de qualifier les restaurants visités afin d'orienter le choix des personnes qui consultent ces sites.

L'acte de création en gastronomie est lié à divers facteurs d'ordre économique et financier, de reconnaissance sur le marché, d'investissement professionnel, de passion du métier, qui interfèrent et se juxtaposent tout au long du processus créatif. L'acte créatif s'inscrit au sein de différentes logiques d'action qui découlent à la fois de capacités cognitives et sensorielles des chefs, de leur formation et trajectoire professionnelles et du contexte dans lequel ils exercent leur activité. Ce contexte est composé d'un ensemble d'acteurs (chefs, associations professionnelles, critiques gastronomiques, clientèle), d'institutions (centres de formation, agences de promotion, de certification) et d'éléments matériels et immatériels qui interagissent, favorisant la construction de règles et de codes de valorisation qui réfère au savoir bien manger.

Le patrimoine gastronomique définit les éléments de la cuisine légitimés par l'histoire, et représente un acquis socioculturel au sein duquel les chefs déploient leurs capacités de création culinaire. Ce patrimoine s'enrichit grâce à l'action de chefs soucieux d'innovation. Il se reconfigure ainsi continuellement, « produit social évolutif, changeant dans le temps » (Bessière, 2012 : 979). Comme nous avons tenté de le montrer, le travail de création se construit au sein d'un processus complexe qui mêle des savoirs faire professionnels solides, des expériences diverses de travail, et l'influence de différents groupes d'acteurs sociaux. Les chefs de cuisine et de pâtisserie n'inventent pas seuls mais sont entourés d'acteurs pluriels qui influent sur leurs pratiques professionnelles.

Par leur démarche de créativité certains chefs parviennent à transgresser les règles du métier, à



pousser les limites de l'acceptable. Cette démarche peut les mettre en « tension » avec des collègues, avec les guides et critiques, ou encore avec une partie de la clientèle. Néanmoins, lorsqu'il y a acceptation des inventions de la part des acteurs sociaux, les chefs parviennent à provoquer des changements dans les mœurs culinaires en enrichissant la gastronomie avec leur choix d'ingrédients, d'associations ou méthodes de préparation. Ils provoquent ainsi

30

à plus ou moins long terme une évolution de l'ordre culinaire, consensus normatif autour de ce qui est consommable.

La créativité en gastronomie s'élabore dans une relative tension entre tradition et modernité. L'innovation peut réactiver certains éléments qui constituent la culture culinaire d'un pays. C'est notamment le cas lors d'une mobilisation des produits du terroir et d'un retour sur le local. La tradition peut par ailleurs constituer un point d'appui permettant de circonscrire l'innovation, de la réguler en marquant les limites qu'elle peut ou non s'autoriser à franchir. Pour autant, la créativité des chefs bouscule les frontières du patrimoine en réinterrogeant l'évidence de certaines associations et manières de faire ancrées au cours du temps.

Créativité et patrimoine relèvent d'un perpétuel compromis, d'une alchimie plus ou moins difficile selon la manière dont les chefs définissent leur cuisine et les référents qu'ils revendiquent, qu'il s'agisse d'une identité traditionnelle ou de cuisines innovantes, d'un repli sur l'excellence de l'authentique ou du souhait d'envisager d'autres horizons.

## Bibliographie

ALTER N. 2002. «L'innovation: un processus collectif ambigu», dans Alter Norbert, (Ed.) Les logiques de l'innovation, Approche pluridisciplinaire, Paris, La Découverte : 15-40.

BECKER H. 1988. Les mondes de l'art, Paris : Flammarion. BERNOUX P. 2015. Mieux-être au travail : appropriation et reconnaissance, Toulouse, Octarès Edition : coll. « Travail et

activité humaine ». BESSIÈRE J. & TIBÈRE L. 2011. «Innovation et

patrimoine alimentaire en Midi-Pyrénées – Formes d'innovation et lien au territoire », Anthropology of Food, (en ligne), <http://aof.revues.org/6759>

BESSIÈRE J. 2012. « Patrimoine alimentaire. Patrimonialisation », in POULAIN J.P., Dictionnaire des cultures et des modèles alimentaires, Paris, PUF : 978-985.

31

BONNET E. & MILLY B. 2011. « Sociologie des registres normatifs dans les discours professionnels. L'exemple des discours sur la féminisation des métiers masculinisés de la Snef », Colloque Normes et Discours, Université Lyon 2 : 17 novembre 2011.

BONNET E. & VILLAVICENCIO D. 2016. « Sources et ressources des chefs. Les “ingrédients” de la créativité en gastronomie », Nouvelle Revue du Travail, n°9.

BONNET E., VILLAVICENCIO D., 2018, « La créativité des chefs : contextes et mises en œuvre », in CSERGO Julia et DESBUISSONS Frédérique, *Le cuisinier et l'art*, Ed. INHA et Menu Fretin, p.147-159.

COHEN E. & CSERGO J. 2012. « L'artification du culinaire », *Sociétés et représentations*, n° 34 : 7-11.

CSERGO J. 2011. Le « Repas gastronomique des Français » inscrit au Patrimoine Culturel Immatériel de l'Unesco, [www.lemangeur-ocha.com](http://www.lemangeur-ocha.com)

CSERGO J. & LEMASSON J.P. 2008. *Voyages en gastronomies. L'invention des capitales et des régions gourmandes*, Ed. Autrement, coll. Mutations : n° 250.

FISCHLER C., 1990, *L'omnivore*, Paris : Odile Jacob.

FUMEY G. 2011. *Les radis d'Ouzbékistan. Tour du monde des habitudes alimentaires*, Paris : Bourin.

GOULET F. & VINCK D. 2012. « L'innovation par retrait. Contribution à une sociologie du détachement », *Revue Française de Sociologie*, n°2, vol. 53 : 195-224.

GRITSAI O. 2000. « Une géographie de l'alimentation des bébés en Europe », *Géographie et cultures*, n°36 : 71-86.

LESCHZINER V. 2010. *Cooking Logics: Cognition and Reflexivity in the Culinary Field*. In *Globalization, Food and Social Identities in the Asia Pacific Region*, ed. James Farrer. Tokyo : Sophia University Institute of Comparative Culture.

LENCLUD G. 1987. « La tradition n'est plus ce qu'elle était... Sur les notions de tradition et de société traditionnelle en ethnologie ». *Terrain*, n°9. En ligne.

MALLET J.F. 2015. *Simplissime*, Paris : Hachette.

NAULIN S., 2017, *Des mots à la bouche. Le journalisme gastronomique en France*, Presses Universitaires de Rennes et Presses Universitaires François Rabelais de Tours.

RAYNAUD D. 2006. «Le contexte est-il un concept légitime de l'explication sociologique ? », L'Année sociologique, n°2, Vol. 56 : 309-329.

SABBAN F. 2011. « Quelques remarques sur la cuisine, la gastronomie et le métissage », Hypothèses, n°1 : 367-372.

SARFATI-LARSON M. 1988. « A propos des professionnels et des experts ou comme il est peu utile d'essayer de tout dire », Sociologie et sociétés, vol. XX, n°2 : 23-40.

TREPOS J.Y, 1996, La sociologie de l'expertise, Paris, Puf, coll. « Que sais-je ? ».