
Les nouvelles tendances culinaires

IEHCA 10^{ème} rencontre François Babelais (2015)



Première table ronde : Peut-on parler de tendances culinaires comme on parle de modes ?

Intervenants/Frédéric Bau, Pierre Hermé, Marion Leroux, Martine Villelongue.

La nature répétitive ou doucement évolutive du principe de la recette a longtemps protégé la cuisine de la frénésie cyclique des tendances. Aujourd'hui, la cuisine est à la mode. Pour autant, est-elle subitement nécessairement l'objet, comme à la mode, de tendances, de rythmes nouveaux ou de cycles permanents ?

Martine Villelongue, :

Il y a des liens fondamentaux entre la mode et le monde culinaire.

Une création culinaire tire parti des courants, et d'ailleurs les courants culinaires tirent vers ces modes.

Les tendances sont des prescriptions émises par des agences, marketing, experts, dans un but de marketing et de communication.

✓ Différence entre la tendance et la mode.

Les modes sont des courants qui ont une force valable pour transmettre les aspirations.

Dans le secteur de la mode, il y a deux secteurs de consommation courante et des grands couturiers. Il y a des niveaux d'innovations qui conduisent les autres.

Auparavant, les tendances étaient verticales et étaient soumises aux décisions des agences de marketing souvent d'ailleurs égarée par une seule personne (directeur d'agence production, création, ...)

Aujourd'hui, les tendances sont horizontales en mixant les supports, c'est un complet bouleversement, nous n'avons plus d'ordres verticales. Ce qui donne un point commun entre l'aspect mode et cuisine.

La mode vestimentaire est aussi et surtout visuelle mais aussi fait appel à d'autres sens comme l'odorat (parfumer un vêtement), toucher (texture de matières).

Paradoxalement en cuisine, le goût est intime et individualisé donc on est obligé de passer par la phase visuelle pour aujourd'hui fonctionner.

Un grand pâtissier est le correspondant légal d'un grand couturier. Il y a des fortes personnalités sachant capter les modes et les tendances actuelles, sachant donner une part unique à une création entourées par des personnes sérieuses. Ce terme a justement évolué puisqu'on l'appelle maintenant « créateur ». Ces talents donnent forme aux tendances.

Ce grand brassage, la multiplicité des informations, l'historique, courant de fond, impressions intuitives créent une création.

On vit une période où personne n'échappe à la mode mais chacun se la fabrique. C'est le point commun aujourd'hui entre la mode et la gastronomie, on multiplie les modes et sources d'approvisionnement.

Tout le monde parle, tout le monde a des opinions ce qui crée un danger. Pour qu'un jeune fasse le tri dans toutes ses influences il faut avoir une expérience et culture.

Intervention de Pierre Hermé :

La tendance ne m'inspire pas forcément, je réagis par rapport aux images, produits, rencontres. On est dans une offre de propositions aux clients auxquels j'essaie de faire vivre des expériences.

On voit moins apparaître de généralistes que des spécialistes.

C'est la création qui tire le marketing.

On peut constater certaines tendances, on vu apparaître la diminution du sucre, l'apparition du sel.

Forte poussée des agrumes dans le monde de la pâtisserie.

Je distingue les deux phases, l'aspect créatif et l'aspect de production. Il n'y a pas de restriction selon la complexité on va réaliser des actions limitées.

Par exemple, le gâteau de la rose a été créé « LE PARADIS » par mes voyages en Bulgarie. Cet entremets n'a pas du tout fonctionné après quelques années, j'ai fait évoluer l'isparan. Je l'ai présenté et aujourd'hui, c'est le gâteau le plus vendu.

Le macaron, par exemple, qui est inscrit dans la tradition française ne tend pas forcément à disparaître alors que par exemple le cup cakes n'a pas forcément cette longévité.

Question de Pierre Hermé : Est-ce que le bio le sans gluten sont des modes ou des courants de fonds ?

Frédéric Bau :

Le cahier des tendances étaient fortement dupliqué ce qui a entraîné la création d'un cahier d'inspiration plus adéquate, on les aide à créer et non à dupliquer.

Aujourd'hui, il y a beaucoup de plagia, on ne se force plus à créer. Je déplore cet aspect de facilité.

Le propre d'un cahier d'inspiration, c'est que le résultat soit exceptionnel pour qu'il ne soit pas reproduit. C'est un outil d'aide à la création, le cahier est représenté comme une caisse à outils.

L'acte de création est égo-centré par le nom, ils attendent des vibrations et de la sensation.

Stupéfaction aussi pour ma part où tout le monde donne son avis. Avant les bloggeurs n'existaient pas, n'importe qui s'exprime ; Chacun exprime son désaccord à la fois, c'est intéressant et à la fois dangereux. On a l'impression que tout le monde peut être créatif et prédisent les aspects de nouvelles tendances.

Intervention de Marion Leroux, Designer alimentaire :

On fait appel à des cabinets de tendances et on essaie de voir la réalité du terrain / à la réalité du marché. On ne demande plus du goût, on demande un univers. On nous demande de designer des jeux, des sensations : créer un lien avec le consommateur.

On essaie d'ouvrir les champs d'actions, les besoins d'usages, les habitudes alimentaires vont créer ses tendances. Dans l'Industrie Agroalimentaire, comment innover avec de tels enjeux économiques ?

On mène des partenariats avec la mode, des créateurs pour pouvoir s'installer dans les hypermarchés.

Pour lancer une opération, cela prend deux ans, on prend en compte l'avis du consommateur pour créer un produit.

Question : multiplications de plats dans les grands restaurants échanges des cultures, est ce que vous êtes d'accord avec la cuisine fusion ?

Ne perdons pas notre identité, exploitons notre patrimoine. Dans tt les mouvements de fonds, il y'a eu un apport à la tradition et à l'évolution de la tradition.

Deuxième débat : CUISINE et gastronomie : de nouvelles compétences pour le ministère de la culture ?

En 2014, la gastronomie est-elle enfin reconnue comme une activité culturelle ? C'est une question qu'il faut poser aux responsables de différents ministères aux collectivités locales.

Sophie Mise le Bouleise, commissaire générale de la fête de la gastronomie.

Qu'est-ce que la gastronomie ? La culture du manger et du boire : gastronomie

On est passé de la survie, découverte du feu, à l'agriculture, à l'évolution humaine aux plaisirs de la table. Le rapport à la nourriture est lié aux composantes culturelles émotionnelles ou artistiques. On fait appel à la sensorialité.

Dès 2006, l'Institut européen d'histoire et des cultures de l'alimentation (IEHCA) de Tours est à l'initiative du projet d'inscription, par l'UNESCO, du *Repas gastronomique des Français* sur la liste du patrimoine culturel immatériel.

Lors de sa première inauguration du Salon international de l'agriculture en 2008, le président de la République française, Nicolas Sarkozy, exprime le souhait que la France dépose une demande de classement de sa gastronomie au patrimoine culturel immatériel de l'humanité.

En février 2008 est créée la Mission française du patrimoine et des cultures alimentaires (MFPCA) elle est présidée par Jean-Robert Pitte. Cette mission est chargée de préparer le dossier de candidature pour l'inscription du patrimoine culinaire français sur la liste représentative du patrimoine immatériel par l'UNESCO (suivant ainsi l'idée de l'IEHCA).

Le *repas gastronomique des Français* intègre, le 16 novembre 2010, grâce à un comité intergouvernemental de l'UNESCO réuni à Nairobi au Kenya, le patrimoine culturel immatériel de l'humanité. Le 19 novembre 2010, une conférence de presse, à Tours, annonça officiellement cette inscription.

Ensuite, la manière qu'a l'État français de défendre ce patrimoine est critiquée, ainsi que l'utilisation promotionnelle de cette distinction, détournée de sa raison d'être¹. L'UNESCO fait peser la menace de retirer le « repas gastronomique des Français » de la liste du patrimoine culturel immatériel de l'humanité.

Suite à cette reconnaissance mondiale, le Secrétariat d'État au Commerce, à l'Artisanat, aux PME, au Tourisme, aux Services, aux Professions libérales et à la Consommation lance à partir de 2011 la « fête de la Gastronomie » fixée chaque année le 23 septembre.

Dans le prolongement de l'inscription du repas gastronomique des Français au patrimoine de l'humanité, le gouvernement Français a approuvé, le 19 juin 2013, la création d'un Réseau des Cités de la Gastronomie à partir de 2016 pour Dijon, puis en 2017 Lyon et Tours, et enfin, en 2019, Paris-Rungis.

D'où la création de la fête de la gastronomie, visibilité des produits, des techniques. Mouvement important sujet de rayonnement français. Économique et politique. Créer du lien et du décroisement. Ministère de la culture. Dimension vers le ministère des affaires étrangères.

Le patrimoine à la base permettait de renforcer l'anthropologie culinaire. L'Unesco (valeurs mutuelles) ont fait appel à projet sur la gastronomie française. Comment faire passer la gastronomie pour non élitiste d'où le terme au patrimoine Repas gastronomique de français.

L'Unesco nous a en travers car il n'aime pas l'image de l'excellence française. C'est l'exemplarité qui compte.

L'intégration de la gastronomie dans le ministère de la culture, peut promouvoir son rayonnement dans les régions.

Résistance intrinsèque du monde de la culture.

L'expo universelle de milan,

97% des français s'intéressent à la gastronomie. À l'époque, le ministère de la culture était le premier à s'interroger. Le ministère de la culture doute de l'insertion de la cuisine dans le patrimoine de ce ministère. Quels sont les crédits accordés par la Draac pour la cuisine ?

Il faut que le ministère s'en saisisse réellement. Politique culturelle est preuve il faut nous retrousser nos manches.

E gastronomie.org

TABLE RONDE : LE CRU ET LE MOU

Evolution du repas du midi : prise de nourriture en 28mn. Ces repas quotidiens représentent 17% du budget des ménages alors qu'ils représentaient 50% en 1960.

- Intervention d'une restauratrice haute vitalité :

RATTE Audrey, Lycée François Bise, Bonneville

Crusine : alimentation vivante, augmentation des vitamines et des micro-nutriments. Déshydratation à basse température mais accès à la gourmandise. Cuisine du monde. Le gluten a été augmenté pour minimiser les coûts ce qui a produit de nombreuses intolérances au gluten de la population.

Trouver la manière de cuisiner moins sucré : Sucre de fleur de coco, sucre d'agave.

Huile de coco, huile olive, chanvre, huiles essentielles de cuisine, argan.

Retour du cru car pas de mastication, on est sur la vie. Germination, floraison. L'idée est de partir sur le capital enzymatique et de le faire fructifier d'année en année.

Comité français s'inquiète du taux énorme des OGM, gras, sucré. Retour à la frugalité.

Rungis 13% de croissance des légumes.

Adolescent : Alimentation connectée : compensation des sucres.

➤ Designer alimentaire :

Définition du design culinaire : répondre des problèmes aux quotidiens pour en chercher une autre définition.

Dans le monde de l'industrie agroalimentaire, on distingue le design prospectif et le design opérationnel (qui n'arrive pas à matérialiser leur concept).

➤ Intervention de Gérard Cagna :

Histoire du caddie :

En 1964 année charnière : JO Rome sans dopage, Société en reconstruction mais ne consomme pas.

On passe de 2000000 à 80000000 voitures. En 1963, premier supermarché ouvert, découverte du caddie.

JO de Tokyo premier dopage en 64. TT va être dopé. On ne parle plus de sucres lents, les taux de sucre sont augmentés.

La rue a changé nous sommes devenus nomade, explosion des Food trucks.

L'IA veut diversifier leurs offres et vont vers le « sans » (sans gluten, ...) Phase d'observation : Ils observent les tendances et prennent une décision. Une fois que le produit est sorti, on crée le focus group, et ils cherchent à comprendre la sensibilité des testeurs.

Typologie de consommateurs :

Consommateur budget : (ex : Ikea le prix)

Playful (couleur ex : Fly 80% des consommateurs) Actifs (technologiques : rupturiste), sportif (barre énergisante), nature (évasion, maison du monde) nature aventurier, authentique (classique, tradition, bonnes manières).

Par exemple pour les enfants :

Notion de réassurance, le fait qu'on ait remarqué qu'on n'aime pas déglutir. Besoin d'affectif, le doux est mou. L'inverse pour le goûter : Besoin de croustillant et de croquant à midi.

Troisième table ronde : LE RENOUVEAU DE LA PATISSERIE

Intervention de Pierre Hermé :

« On est passé de la traditionnelle à la haute pâtisserie depuis 15 ans.

On a augmenté le dessert à la carte. On sort de l'ombre par le public et les investisseurs. Exportation de la pâtisserie à l'étranger.

Partager et faire vivre une expérience.

La créativité s'appuie sur les connaissances de produits, des bases, une mémoire : capacité à mémoriser les goûts. Tous ces paramètres sont très importants pour avoir les moyens de créer. »



Design :

Mise en scène du produit, packaging qui correspondait à la clientèle. Connaissance du produit et marketing.

Styliste culinaire : créer une atmosphère autour d'un gâteau.

Au milieu des années 80, beaucoup de pièces montées, pièces en sucre. Aujourd'hui très concerné sur le goût.

Evolution des manières de transmission :

Association relais dessert, quelques pâtisseries échangent les recettes, évoluent avec des conférences. Il faut être parrainé et doivent (montrer ses recettes devant une assemblée).

Le fait d'échanger des recettes, impulsion de Gaston Lenotre. Il fallait un mode opératoire et une régularité, viens ensuite l'école Lenôtre où on échange. Il faut ouvrir ses compétences, s'ouvrir aux autres domaines professionnels.

Evolution des produits :

Bergamote, églantine, agrumes très tendances actuellement. Manière du sucre 35% allégée sucre et sel comme exhausteur de gout. Les produits n'ont pas forcément évolués, les techniques ont plus évoluées en cuisine.

Point de vue de la formation en CFA: « le niveau d'enseignement est des fois à côté de la plaque. Nous venons en jury, et nous nous apercevons du manque d'évolution des techniques »

Réaction de Mr Lugnier, inspecteur général, sur la qualité des enseignants et des enseignements.

L'évolution des produits, manière du sucre 35% allégée sucre et sel comme exhausteur de gout.

Quatrième table ronde : La nutrition américaine

La nutrition : science jeune couvre le champ entre la production alimentaire pour les gens biens portants et malade. Science humaine par la variabilité des individus.

NUTRITIONNISME : vision biologique fonctionnelle des usages de la nutrition, pratiques et comportements alimentaires. Visionnaire : Mickael Polan, outre atlantique.

EN France, nous sommes dans une notion de plaisir alors qu'en pays anglo saxon, c'est plus considéré comme des nutriments.

➤ Avons-nous de comportements nutritionnistes à l'américaine ?

Les sans explose (sans gluten, sans saccharose...)

Aux Etats Unis, nous retrouvons deux pôles :

Mal bouffe un pôle, gens qui font très attention deuxième pole.

Historiquement, tempérance et modération et variété

Actuellement, attention aux classes pauvres de les sortir de la monotonie alimentaire.

L'augmentation récente est néfaste, apparition de l'obésité. Fracture nutritionnelle et sociale se sont creusées.

Les normes d'évaluation d'obésité ont évolué avec le temps. Géographiquement, le Nord et l'est sont touchés. Luttons contre la pauvreté.

IL faut un environnement aussi adapté pour avoir envie de faire des activités physiques.

Les concepts d'aujourd'hui sont-ils les concepts de demain ?

Introduction de Michel Boutboul :

On donne déjà deux définitions importantes à Concept : qui définit un marketing et tendance : mode ne dure pas.

Plaisir est le mot le plus utilisé par le consommateur. Nous constatons une mutation profonde, depuis 7 ans dans le monde de la restauration. Avant 2001, les concepts existants étaient minimes, représentés par fast

food (mac do) et la sandwicherie. A partir de cette date, Michel Cojean a proposé un concept sur la restauration rapide bio intégrant un cadre en adéquation.

Il a initié un mode restauration rapide plus élevé en gamme (exemple : veyrat, cozna vera, ...)

Depuis 38 concepts de restauration rapide différents ont vu le jour. Nous avons plus de concept qu'outre Atlantique. Avant, il y avait des circuits pour inviter les français à découvrir les nouveaux concepts à l'étranger. Maintenant, c'est nous qui accueillons les pays anglo-saxons.

De plus on remarque l'émergence de la « bistonmie », les jeunes font des cartes courtes, ouvrent la cuisine. Ils ont développé une nouvelle tendance.

Entre l'ouverture multitude de concept et les nouveaux bistronomes, il y a des établissements out of market. Inquiétude sur ce secteur qui s'effondre. Les extrêmes jouent sur le prix et le produit.

Soit on est le moins cher soit on est le meilleur, quand Paul Bocuse fait un sandwich...je suis le meilleur.

Tous les trois mois, deux nouveaux concepts de restauration s'ouvrent.

Les grands de demain sont les petits aujourd'hui.

✓ Maintenir le concept :

Le nouveau mouvement évolue très rapidement, fidéliser est devenu très compliqué.

Il faut maîtriser le développement. S'intéresser aux attentes de la clientèle, être écoute de la demande, ne pas s'échapper de ces valeurs d'origine. L'accent principal est la valorisation du produit.

✓ Observation du Gault et Millau :

La qualité et la contrainte de prix sont deux facteurs essentiels pour le client.

Nous prenons déjà conscience de qu'est ce qui passe à la maison ? Aujourd'hui à la maison, nous demandons une transparence du produit en conséquence au restaurant, j'attends la même transparence.

On peut également observer 3 grands phénomènes :

- Bistro qui envahit le marché de la restauration (bar à vins, épicerie, avec des chefs leader)
- Cuisine ouverte, le service qui va en cuisine et vice versa.
- Menu cache et imposé (un menu donné).

✓ Témoignage de Big Fernand et Lucien cocotte :

On remonte le niveau de qualité, il faut bouger les lignes et ont fait de gros efforts qualitatifs.

Une des plus grandes constatations : aucun d'accueil aujourd'hui, manière d'être reçu erronée

Il y a 20ans, 70% de la note d'évaluations des consommateurs était basée sur l'assiette. Aujourd'hui, cette note est passée à 50% pour l'accueil et l'autre partie pour la cuisine. La qualité de service se dégrade complètement.

Une des forces des nouveaux concepts est l'accueil.

90000000 touristes passent en France, on n'arrive pas à les capter. Accueil négligé et junk food ou nourriture sous vide.

RATTE Audrey, Lycée François Bise, Bonneville

Effectivement, nous sommes un pays très touristique, donc beaucoup de flux ce qui n'oblige pas les restaurateurs à ce bouger.

Le recrutement :

La plupart font des écoles de commerce et le débat se fait autour des écoles hôtelières.