

Par Eric Roux.

C'est une évidence, la cuisine est à la mode. En moins d'une dizaine d'années, elle a quitté la simple activité ménagère et l'hédonisme bourgeois, pour devenir, un propos de dîner mondain, le sujet que se doit d'aborder tout média, jusqu'à saturer le monde de l'édition papier et internet. Il faut être cuisinier ou cuisinière, il faut parler cuisine, et bien sûr posséder le carnet d'adresses des producteurs et des restaurateurs dans le vent. La cuisine et tout ce qui l'entoure est mode.



Une mode tellement absolue et envahissante, que la presse généraliste réalise aujourd'hui des numéros hors-série et spéciaux consacrés à la mode de la cuisine, et à toutes les tentatives artistiques utilisant la cuisine. Ainsi, le *M* (le magazine du *Monde*) du 25 octobre 2014 était un spécial gastronomie, et le *Courrier International* hors-série de la fin de l'année 2014 avait pour titre «La Vague Gourmande».

Si, jusqu'au début des années 2000, la cuisine était basiquement traité par le prisme des recettes, elle est aujourd'hui le sésame pour comprendre notre monde, le décrypter, l'analyser, le sentir. Comme si les recettes culinaires s'étaient transmutes en recettes magiques pour nous révéler tous les non-dits de notre société moderne et consumériste. Le phénomène est planétaire.

Cet engouement semble d'ailleurs chez certains laisser poindre un réel agacement. Steven Poole dans *The Guardian*, dit stop à cette « *gastrolatrie* » prônée par ceux qu'il nomme, les « *foodistes* ». Pour lui cette passion de la cuisine a remplacé le sexe, la drogue et la religion : « *oui, la nourriture est la nouvelle drogue des anciennes stars de la brit pop et de la génération qui était accro à l'ecstasy : c'est une substance hédonique moins dangereuse et plus respectable, la clé*

*de la défonce maîtrisée et confortable*». Une défonce toute puritaine, joliment anglo-saxonne, s'entend-il. Mais par-delà la provocation bien britannique, de la cuisine nouvelle drogue, l'auteur de l'article (paru traduit dans le *Courrier International*), met le doigt sur de nombreux travers de cette mode. Pour lui *«si la nourriture est spirituelle, les cuisiniers célèbres d'aujourd'hui sont alors nos prêtres et nos gourous, des druides qui nous conduisent vers l'ineffable. Le cuisinier est en harmonie avec le terroir, il est l'interprète de Gaïa au service de notre plaisir et de notre ascension spirituelle. Nous ne faisons plus confiance aux responsables politiques ni au clergé, mais nous n'attendons plus qu'une chose, que des cuisiniers nous disent comment manger et comment vivre, une synecdoque morale qui ne pose aucun problème puisque nous acceptons sans rechigner de vivre à travers le prisme de la nourriture*». De même il s'emporte de voir sur les dix best-sellers des ventes sur le site Amazon britannique en 2012, cinq sont des livres de cuisine, non, des recueils de recettes. Steven Poole nous rapporte aussi cette intéressante anecdote où Alain Robbe-Grillet raconte un déjeuner avec son ami Roland Barthes *«Dans un restaurant, m'a-t-il affirmé, c'est le menu que les gens consomment - non les plats, mais leur description. Voilà, il avait relégué tout l'art de la cuisine, qu'il adorait, à un exercice abstrait de vocabulaire*». Prémonition d'une époque où la nourriture est à la mode, mais où la mode aime des canons de l'esthétique corporelle magnifiant la maigreur.



Certes la cuisine est à la mode, mais nous mangeons des mots, des images, c'est tellement plus sain. En cela le numéro spécial gastronomie du journal *Le Monde* est aussi révélateur. La rédaction du journal a confié à la revue *Toiletpaper* *«de mettre en scène la folie de la pâtisserie avec son impertinence habituelle*». Parce qu'aujourd'hui, l'art contemporain a

forcément son mot à dire sur la cuisine. Mise en scène, installation, la cuisine et la pâtisserie sont objets. Le fond (qu'est ce qui est mangé ?) et les causes (pourquoi ?) ont quitté le devant de la scène, dans un hédonisme distant qui s'extasie sur la forme. La fonction de la nourriture est oubliée, elle qui est faite pour remplir l'estomac afin de reconstituer la force – de travail – et nous satisfaire culturellement.

Mais d'ailleurs à quelle cuisine s'intéresse cette mode que nous avons tous constatée et observée? Ne seraient-ce pas seulement les aspérités remarquables de certains restaurants qui sont mis en avant ? Ou encore plus simplement, n'est-ce pas cette passion du culinaire, au sens de l'univers cuisine et non de la cuisine elle-même, qui monopolise toute les attentions ? Le lieu cuisine, ainsi que le matériel utilisé, n'est pas là tant pour être utile à la réalisation du repas quotidien, que pour exposer à la vue de ses invités un symbole de sa réussite sociale et de sa capacité à être dans «l'air du temps». Il serait d'ailleurs intéressant de connaître le temps

d'utilisation et la fréquence de celle-ci, de ces gros appareils colorés d'aide en cuisine, coutant à l'achat presque un demi SMIC. C'est bien cette cuisine à voir et peut être pas forcément à manger, qui est devenue l'objet culte de la mode. S'exprimant à tous les niveaux de sa représentation, le producteur de beurre, le chef restaurateur, le restaurant, l'émission de télé, le livre de recettes, le matériel, qu'il faut connaître et pouvoir citer comme une chose entendue et prouver que nous sommes dans «l'air du temps», que nous participons à la mode.

Comme nous le disions déjà en parlant du bistrot populaire (lire l'article [Bistrot popu, bistrot foutu ?](#)), la cuisine quotidienne de la nécessité économique – en somme la cuisine populaire – regarde passer le train de la mode changeante et versatile, sans réellement y participer. Pourtant la cuisine populaire capte, saisit au passage quelques éléments de ce que la mode donne à voir et à manger. Tel produit qui s'installe dans la durée, tel tour de main qui s'inscrit dans le quotidien, la cuisine populaire digère ce qui n'était qu'un effet de mode pour en faire un élément que l'on ne remarque même plus. Il en est peut être ainsi, d'influences asiatiques, du service à l'assiette repoussant le plat familial, ou de plats que toute une génération se met à manger. Souvenez-vous de l'omniprésente de l'omelette norvégienne des années 60-70, de l'immense succès du gâteau au chocolat coulant en son cœur des années 80, ou encore de l'omniprésence actuelle du macaron de n'importe quel parfum ! Alors oui, la cuisine populaire va picorer de ces artefacts que la mode a mis en avant, mais comme une chose de rien, qui est là tout simplement, et qui participe aussi à un propos de gourmandise. Car le propre de la mode, même en cuisine, est certainement de passer, de s'étioler, après avoir donné l'impression d'être un rouleau compresseur de pensée normative. Qu'en restera-t-il dans 10 ans ? Nous n'en savons rien, si ce n'est certainement qu'une petite musique quotidienne qui aura certainement changé nos habitudes. Là existe sûrement un champ d'observations et de réflexions intéressant pour la cuisine populaire afin de découvrir les prochains «bœufs mode» ou les préparations «à la mode de Caen».

La cuisine populaire a une rythmique plus lente qui lui est propre. Russell Banks, dans son *Livre de la Jamaïque* (Babel éditeur, 2012) a quelques lignes remarquables, pour nous parler du «*goût jamaïcain en terme de musique* », dont il dit « *il arrive parfois qu'une société tout entière possède un goût parfait... Dans ce cas-là, une personne tout à fait ordinaire, voire un enfant, peut opérer des distinctions esthétiques que l'on considère habituellement comme du ressort exclusif des membres les mieux éduqués de la société* ». Et de nous parler de ce vieux coupeur de cannes, « *sachant tout juste lire, ou même analphabète, édenté, alcoolique et sans chaussures, ..., un tel individu démontre un goût parfait, sans défaut, dès qu'il s'agit de musique. Il peut distinguer instantanément le faux de l'authentique, l'imitation de l'original, le sentimental du véritable* ».

*romantique* ». La cuisine populaire a cette capacité à juger et à aimer telle production, dont la cuisine, qui répond à ses attentes comme un langage et une abstraction du quotidien.



Ne pourrions-nous pas d'ailleurs nous poser la question autrement : est-ce que la cuisine populaire influence la mode ? Même si les chefs évoquent à l'infini leur grand-mère et leur souvenirs du quotidien, même l'évocation du goût du souvenir est souvent évoqué, il n'est pas évident que l'invention du populaire au quotidien, soit réellement une source d'inspiration pour la mode. En quelques sortes, le William J. Cunningham n'existe

toujours pas. Pourtant il est bien évident que ce que nous mangeons tous les jours est comme ce que nous portons dans la rue, riche d'invention et d'originalité. Certes, la mode se toque de nourriture précédée du qualificatif « street », mais pour très vite la déposséder de son accessibilité et/ou de son originalité. Nous pouvons être frappés que la street food soit totalement aveugle de la cuisine de rue la plus populaire, celle des camions à pizza.

Dans ce rapport, cet aller-retour entre populaire et mode, la révision permanente des clichés et des savoirs établis, semblent une nécessité à la compréhension de ce qu'est aujourd'hui notre nourriture quotidienne. Il est indispensable de perpétuellement se questionner sur la réalité de la pénétration dans le populaire, de ce qui semble reconnu par les vecteurs de la mode, médias et milieux spécialistes. Car la cuisine populaire est sujette aux changements et évolutions, mais parfois en suivant des chemins parallèles à la mode. Si les macarons et les légumes dits oubliés ont été à la mode, ils font aussi aujourd'hui partis du quotidien ; par contre, les saucisses polonaises vendues en GMS dans le nord de la France, ou la consommation de bouillie de millet en Vendée, n'ont à priori aucune chance de devenir à la mode un jour.

C'est bien cet invisible du quotidien que l'Observatoire des Cuisines Populaires cherche à connaître et à faire connaître.