

## Par Patrice Duchemin



Evoquer les cocktails dans une chronique dédiée à la cuisine populaire pourrait paraître incongru. Presque une provocation. D'un côté, le chic sélectif. De l'autre, le populaire partagé. Difficile de faire plus opposé. Et pourtant. Les deux sont dans l'air du temps. Sans doute pour les mêmes raisons. Mieux encore : le succès des cocktails pourrait bien servir d'inspiration à la cuisine populaire.

Il n'a échappé à personne que des bars à cocktails ouvraient à qui mieux mieux à Paris et dans toutes les grandes villes (le phénomène a même eu droit, cet hiver, à son premier [Paris Cocktail Week](#) largement arrosé de « masterclass » et de « happenings » en tous genres), conséquence de l'engouement qu'ils suscitent parmi les 25-35 ans, toujours à l'affût de nouvelles expériences et sensibles à la redécouverte d'ingrédients ou de recettes oubliées. Tiens, tiens, un peu comme avec la cuisine populaire...



Le succès des cocktails ne doit rien au hasard. Il vient d'abord confirmer une évolution symptomatique de notre époque consistant, pour toutes les marques et acteurs du secteur alimentaire, à effectuer une translation (horizontale ? verticale ?) de l'univers de la consommation à celui de la culture. Les marques de café, de bières et de whiskies ont été les premières à effectuer ce glissement, avant d'être rattrapées par tous les acteurs du secteur alimentaire.



Passer du stade de la consommation à celui de la culture, c'est d'abord susciter de nouveaux rites. C'est aussi s'approprier un univers et faire naître de nouveaux imaginaires. Boire un cocktail, c'est boire son histoire, ses origines, celles du lieu auquel il est associé ou encore le savoir-faire de celui qui l'a conçu. Tout comme manger un coq au vin, une ratatouille ou une quiche lorraine.

Le choix des mots n'est pas non plus anodin. « Classe », « légendaire » ou « clandestin » (mais dont tout le monde a l'adresse), les mots associés aux bars à cocktails ont la même puissance évocatrice que le nom de certains d'entre eux : Cosmopolitan, White Russian, Alexandra. De quoi renforcer le sentiment de vivre un moment bien particulier chez ceux qui

les consomment. « Fermier », « comme autrefois », « à l'ancienne » viennent, eux aussi, apporter à la cuisine populaire leur dose d'imaginaire.

Selon certains journalistes de la mouvance [Fooding](#), les « foodtails » constitueraient la prochaine étape : des cocktails élaborés par (ou avec) des cuisiniers et pensés comme des plats. Une nouvelle manière de supprimer les frontières entre assiette et verre pour construire chaque plat comme un dialogue solide-liquide. Herbes sauvages, légumes oubliés, cuisson, amertumes... Un nouveau cocktail à la française. Et, pourquoi pas aussi, une nouvelle opportunité d'expression pour la cuisine populaire.

