



**HAL**  
open science

## Colors of Caviar

Jean-Philippe Dupuy

► **To cite this version:**

Jean-Philippe Dupuy. Colors of Caviar. Sociétés & Représentations, 2012, 34, pp.99-111. hal-00782704

**HAL Id: hal-00782704**

**<https://hal.science/hal-00782704>**

Submitted on 3 Feb 2016

**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.

## **Revue Sociétés et Représentations**

### **L'Artification du culinaire** Jean-Philippe DUPUY

#### Résumé

---

*Colors of caviar* : le restaurant étoilé comme espace de représentation artistique.

L'une des difficultés rencontrées par le restaurateur étoilé est d'apparaître à la fois comme un artisan qui maîtrise des recettes et comme un artiste, fantasque, imaginatif, inspiré, condamné chaque jour à la *performance*. L'étude des menus des grands restaurants est particulièrement riche d'enseignements à cet égard : le vocabulaire, les structures linguistiques et rhétoriques utilisées (métaphores, métonymies, hyperboles, etc.) ont le double rôle de nous renseigner (très peu) sur ce qu'on va déguster et de nous garantir l'inédit, l'extraordinaire, l'éphémère ; l'inventivité lexicale se porte garante de l'innovation gastronomique ; et l'interdit n'est pas loin lorsqu'il s'agit de proposer des *mouillettes*, du *carvi en conserve*, une *boîte de sardines*, etc. : autant de transgressions feintes qui permettent d'asseoir un statut d'artiste.

Mais au-delà des annonces du menu, c'est tout le théâtre gastronomique qui devient lieu de culture : à travers son décor (musical, pictural, architectural), ses rites et ses rythmes (le salut du chef, le défilé des serveurs, la découverte simultanée des mets), le restaurant nous convainc que déjeuner est une manifestation artistique dont les convives sont aussi les acteurs.

#### Résumé en anglais

---

*Colors of Caviar* : the star restaurant is a space of artistic representation.

The chef in a high-class restaurant appears both as a craftsman who controls recipes and as an artist, fanciful, imaginative, inspired, who has to achieve performances every day. The study of the menus of top restaurants is very informative: vocabulary, language patterns and used rhetoric (metaphors, metonymies, hyperboles, etc.) serve to inform us (very few) on what we will eat and to guarantee new and extraordinary and ephemeral foods.

The gastronomic restaurant as a whole is a cultural place: its decor (music, painting, architecture), its rites and rhythms (the salvation of the chef, the parade of servers, the simultaneous discovery of the dishes), convince us that eating is an art and the guests are actors.

# COLORS OF CAVIAR

---

## LE RESTAURANT ETOILE COMME ESPACE DE REPRESENTATION ARTISTIQUE

*Colors of caviar*<sup>1</sup>. Derrière cet intitulé d'un plat figurant sur la carte de Guy Savoy, on lira sans doute plusieurs tendances de la grande cuisine contemporaine : internationalisation d'abord avec l'utilisation d'un anglicisme et l'allusion transparente au slogan *United colors of Benetton* du créateur italien ; luxe bien sûr, avec la mise en valeur du prestigieux caviar ; mais aussi relation avec le monde de la mode et de l'art.

Certes, le mariage de l'art et de la gastronomie ne date pas d'hier et Antonin Carême, au début du XIX<sup>e</sup> siècle, considérait déjà la pâtisserie -branche principale de l'architecture- comme l'un des beaux-arts ; jamais pourtant le grand chef de cuisine n'a été autant révéralé qu'aujourd'hui : star des médias, invité régulièrement sur les plateaux de télévision en tant que référent gastronomique, il jouit d'un prestige indéniable et apparaît souvent plus comme un artiste que comme un artisan, un statut que la plupart des grands chefs revendiquent ouvertement sur leur site Web : « *Dans ma cuisine, affirme Pierre Gagnaire, le rythme s'impose de lui-même. La peinture me fascine, et je vais me laisser prendre par elle. Le peintre exprime avec ce qui lui est propre des choses qui appartiennent au domaine de l'indicible. Il donne à voir, il donne à partager. Et moi j'aime ce partage. J'ai besoin de mettre de la poésie dans les assiettes. La présentation, le dressage m'apprennent l'harmonie et me font rencontrer une forme de paix* ». Alain Passard, qui a reçu une « pépite » en 2010 lors de la cérémonie des Globes de Cristal<sup>2</sup>, trouve, lui, de l'inspiration dans les couleurs : « *un mauve, un jaune, un blanc nacré, un vert céladon, un orange perlé m'inspirent. Je procède par touches. Le geste technique vient après* ». Les autres arts sont également sollicités : Alain Ducasse parle ainsi de « *Haute Couture du goût pour 2012* », Guy Savoy fait un clin d'œil au cinéma dans un film (soutenu par une musique d'Eric Serra) présentant la vie de son restaurant. Et le pâtissier Pierre Hermé de conclure, en digne successeur de Carême: « *Je considère la pâtisserie comme un Art avec un grand A, en ce sens qu'elle est un véritable mode d'expression de la sensibilité, au même titre que la musique, la peinture, la sculpture. Mon seul guide est le plaisir* ».

Si le grand chef apparaît comme un artiste, c'est bien sûr d'abord grâce à ses performances culinaires qui lui permettent de transformer une humble botte de carottes en mets délectable, mais aussi en raison d'un système complexe de signes qui sous-tend l'univers de la gastronomie et dont nous allons tenter d'esquisser l'analyse.

### **L'artisan, l'artiste, le chef d'entreprise et le chimiste**

Mais s'agit-il bien d'art ? Question difficile, qui pose à nouveau le problème de la définition de l'Art<sup>3</sup> et de la typologie de ses manifestations ; question qui ne peut être abordée qu'en envisageant les autres visages du grand chef, reportés ici dans un carré sémiotique.

---

<sup>1</sup> Sauf mention contraire, tous les intitulés, menus et citations sont extraits des sites web des restaurants dont on trouvera la liste en fin de document.

<sup>2</sup> Les Globes de Cristal, prix de la presse française pour les arts et la culture, sont décernés par les journalistes des rubriques culturelles.

<sup>3</sup> Dans sa Recommandation relative à la condition de l'artiste (adoptée à Belgrade, le 27 octobre 1980), l'Unesco entend par artiste « toute personne qui crée ou participe par son interprétation à la création ou à la récréation d'œuvres d'art, qui

*inspiration, art*

*travail, terroir*

Artiste

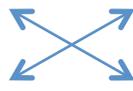
Artisan

Chef d'entreprise

Chimiste

*gestion, international*

*science, recherche*



Le restaurateur étoilé est à l'évidence un chef d'entreprise, qui doit gérer des équipes, investir, profiter d'opportunités économiques, se tourner éventuellement vers l'international à l'instar de Guy Savoy, installé à Paris, à Singapour et à Las Vegas, ou d'Alain Ducasse, à la tête de plus de vingt restaurants dans le monde, sans compter les auberges, l'école de cuisine, les livres, la boutique. Mais c'est aussi un artisan, qui arbore souvent son col bleu blanc rouge de « meilleur ouvrier de France », qui sait produire et reproduire un plat en fonction d'une recette éprouvée, qui se fait un devoir de respecter des pratiques et des savoir-faire ; comme Michel Guérard qui intitule l'un de ses menus « *Le Repas gastronomique des Français* » et un autre « *Jour de Fête au pays* », le restaurateur étoilé ancre sa cuisine dans le temps (une culture culinaire) et dans l'espace (un terroir, la cuisine française) : même s'il lorgne vers les épices et ingrédients exotiques, il continue à servir « *la poularde de Bresse, le porcelet corse, le classique lièvre à la royale* » (Pic), « *le gras de cochon "cul noir", sauce civet ou le boudin maison* » (Lorain). Troisième visage possible du grand chef, celui du chercheur voire du chimiste : la gastronomie moléculaire, née en France de la collaboration d'Hervé This et de Pierre Gagnaire, consiste à expliquer chimiquement les techniques culinaires traditionnelles : si elle a inspiré directement plusieurs grands chefs comme Thierry Marx ou Marc Veyrat, elle a permis de légitimer certaines pratiques « sacrilèges », la cuisson à l'azote par exemple.

Et l'artiste, dans tout cela ? Le cuisinier étoilé partage à l'évidence avec lui<sup>4</sup> certains traits ; inspiration d'abord, recherche de l'inédit : « *La recherche de techniques nouvelles et l'étonnement sont les incontournables de notre création culinaire* », affirme Marc Veyrat ; « *chaque jour, je tente des mariages, des contrastes, des histoires parfois improbables, j'essaie, je prends le risque* », reprend Georges Klein ; et Michel Guérard d'imaginer « *L'Oreiller Moelleux de Mousserons et de Morilles aux Pointes d'Asperges* » qu'il sous-titre « *Une Symphonie, imaginée au Retour d'un Voyage en Chine* ».

Autre caractéristique commune, le goût de la transgression : quel modeste cuisinier oserait inscrire à sa carte une « *Boite de sardines* » (Haerberlin), du « *Maïs reconstitué* », du « *Carvi en conserve* » (Veyrat), des « *Pâtes au beurre demi-sel* » (Anton) ? Transgressions de façade ici, qui jouent sur la connivence et le clin d'œil, transgressions assourdies aujourd'hui - la « nouvelle cuisine » a presque cinquante ans !- lorsque le chef propose de servir un « *Ragoût de homard et de tête de veau* » (Haerberlin), de mélanger le chevreuil à la vanille (Pic) ou la framboise à l'avocat (Savoy) ; transgressions cependant, grâce auxquelles le chef affecte de s'affranchir des normes strictes de la cuisine française traditionnelle.

---

*considère sa création artistique comme un élément essentiel de sa vie, qui ainsi contribue au développement de l'art et de la culture, et qui est reconnue ou cherche à être reconnue en tant qu'artiste, qu'elle soit liée ou non par une relation de travail ou d'association quelconque* ». Howard S. Becker (*Les mondes de l'art*, 1982, trad. française Paris, Flammarion, 1988) trace des frontières plus précises entre art, artisanat d'art et artisanat. On lira aussi avec intérêt Nathalie Heinich (*Le Triple Jeu de l'art contemporain*, Paris, Minuit, 1998) qui met en évidence l'auto proclamation narcissique de l'artiste : « Je suis un artiste, donc ce que je fais est une œuvre d'art ».

<sup>4</sup> Pour François Ascher, « *la gastronomie se présente effectivement à la fois comme un art « allographique », c'est-à-dire qui s'exprime dans des objets reproductibles à l'infini (comme un livre, un morceau de musique, ici une recette), et comme un spectacle vivant, une performance dont la valeur tient aussi à celui qui réalise l'œuvre culinaire* » (François Ascher, *Le Mangeur hypermoderne*, Paris, Odile Jacob, 2005).

Alors, chimiste ? Chef d'entreprise ? Artisan ? Artiste ? Notre hypothèse est que la grande cuisine ne peut s'affirmer comme art qu'en organisant de manière rhétorique trois types de signes discursifs ; signes scénographiques d'abord : visuels (iconiques et plastiques) mais aussi auditifs, olfactifs ou tactiles, qui vont de l'architecture de la salle de restaurant jusqu'à l'ordonnement de l'assiette, en passant par la théâtralisation des pratiques de service ; signes linguistiques ensuite, le menu de restaurant et le discours oral qui accompagne la présentation des mets ; signes substantiels enfin, les aliments eux-mêmes dans le jeu contrasté de leurs saveurs.

Organisation rhétorique, avons-nous avancé. Depuis Aristote, la rhétorique s'intéresse d'une part aux mécanismes de l'argumentation et d'autre part aux figures de style ; son champ d'application, limité autrefois au seul discours linguistique, s'est élargi<sup>5</sup> depuis une cinquantaine d'années à tout discours cherchant, explicitement ou non, à influencer un auditoire : image (Roland Barthes), publicité (Jacques Durand), cinéma (Christian Metz), théâtre (Anne Ubersfeld), etc. Ce que nous souhaitons montrer, c'est que la haute gastronomie nous convainc qu'elle est un art par l'utilisation d'une rhétorique complexe qui se déploie à travers son triple discours scénographique, linguistique et substantiel.

### Les figures

Figure de substitution<sup>6</sup>, l'euphémisme «  *vise à adoucir l'expression d'une réalité grossière, brutale ou susceptible de provoquer des sentiments de crainte ou de gêne*<sup>7</sup> ». Au niveau substantiel et gastronomique, on constatera aisément que cette figure est omniprésente ; quel que soit le mets proposé, la haute cuisine cherche en effet à équilibrer les saveurs, les températures, les consistances (jamais rien de trop dur à mâcher), et à masquer tout ce qui pourrait contrarier la dégustation : le poisson n'a plus d'arêtes, la viande n'a plus de gras (ou juste ce qu'il faut de délectable), les fruits sont épépinés : la nature à l'état brut ne se laisse entrevoir qu'exceptionnellement derrière le produit cuisiné, à titre d'exemple ou de preuve.

Au niveau scénographique, il en va de même : à l'harmonie des couleurs et des matières (décoration, nappes, serviettes) répond la sérénité des serveurs, la retenue des gestes, la modération des voix : le convive n'a pas faim, semble-t-il (il ne se jette pas sur la nourriture), il ne fait pas de miettes (elles sont subrepticement balayées de la table), il ne paie pas (la note est apportée masquée, le règlement s'effectue le plus souvent en dehors du lieu de consommation) ; cette esthétisation du rituel gastronomique passe, on le voit, par une euphémisation des usages de la table, «  *un parti pris de stylisation [qui] tend à déplacer l'accent de la substance et la fonction vers la forme et la manière*<sup>8</sup> ».

A l'inverse, l'hyperbole, «  *figure principale de l'exagération, par laquelle on augmente ou diminue exagérément la réalité que l'on veut exprimer de manière à produire plus d'impression*<sup>9</sup> », est également une des figures constantes des menus de restaurant. Elle peut prendre plusieurs formes complémentaires : utilisation de l'article défini («  *Le Chevreuil*  », «  *Le Coing et la Vanille*  »,

---

<sup>5</sup> Jean-Marie Klinkenberg postule ainsi l'existence d'une rhétorique générale dont les règles peuvent rendre compte des phénomènes rhétoriques se manifestant dans divers champs sémiotiques (Jean-Marie Klinkenberg, *Précis de sémiotique générale*, Paris, Seuil, 2000).

<sup>6</sup> Nous nous inspirons ici de la taxinomie de Jacques Durand (Jacques Durand, « Rhétorique et image publicitaire », *Communication*, n°15, 1970, pp. 70-95) ; McQuarrie et Mick proposent un autre classement des figures utilisées dans la publicité (Edward F. McQuarrie et David Glen, « Figures of Rhetoric in Advertising Language », *Journal of Consumer Research*, n° 22, 1996, pp. 424-38)

<sup>7</sup> Les définitions des figures de rhétorique sont toutes extraites de l'ouvrage de Jean-Jacques Robrieux (Jean-Jacques Robrieux, *Rhétorique et argumentation*, Paris, Armand Colin, 2005).

<sup>8</sup> Pierre Bourdieu, *La Distinction*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.

<sup>9</sup> Jean-Jacques Robrieux, *op.cit.*

« L'œuf ») qui transforme le produit proposé en archétype ; longue énumération<sup>10</sup> des ingrédients entrant dans la composition d'un mets qui semble ainsi receler mille saveurs ; utilisation d'un lexique hyper spécialisé qui souligne le caractère exceptionnel de ce qu'on offre à la dégustation ; ainsi Pierre Gagnaire propose-t-il un « *Carabineros d'Algarve à l'huile de noisette ; laitue farcie saveurs d'hiver, navet de Pardailhan et infusion de coing à la badiane* » avant une « *Noisette de biche genièvre/cumin/poivre de Sarawak, cochon Pluma laqué. Marmelade d'endive et ananas en amertume ; cristallines de pomme verte et d'agria* ». Hyperbole également au niveau scénographique : taille du menu, diamètre des assiettes, espace entre les convives, attention des serveurs, montant de la note... tout converge vers l'affirmation du luxe. Et si, par un nouvel euphémisme, la quantité de nourriture servie peut sembler réduite, ce n'est finalement qu'un nouveau masque de l'hyperbole : le vide décuple la saveur, le mets ne peut être apprécié que savouré en petites portions. Hyperbole qui rejaillit, par métonymie, sur le convive qui se transforme ainsi en expert du goût.



Figure 1

Ce jeu du moins (euphémisme) et du plus (hyperbole), dont on pourrait trouver bien d'autres manifestations aux niveaux linguistique, scénographique et gustatif, est bien, selon nous, un des procédés rhétoriques essentiels permettant au cuisinier d'affirmer son statut d'artiste. L'espace nous manque, ici, pour développer toutes les autres figures qui y contribuent : si la rime se manifeste de façon gustative sous forme d'accord de saveurs et de

textures, ou de déclinaison d'un même ingrédient comme dans une « *petite suite de desserts au chocolat* », elle se retrouve au plan scénographique dans la présentation des plats (alignement, symétrie des formes, utilisation de couleurs complémentaires) ; à l'opposé, l'antithèse joue avec le contraste du sucré et du salé, de l'onctueux et du croquant, du luxueux et du populaire : quand Pierre Gagnaire nous propose des « *poireaux croustillants assaisonnés d'une pâte d'anchois, légumes croquants et pulpe glacée de tamarillo* », Anne-Sophie Pic répond par un « *crèmeux et croquant de cacahuète* » et Georges Haeberlin associe homard et tête de veau.

<sup>10</sup> Comme le note Claude Fischler, « *la cuisine française est sans doute encore loin de ce que, aux États-Unis, certains nomment "comma cuisine", "la cuisine à virgules", entendez celles qui, sur les menus, scandent d'interminables et complexes énumérations d'ingrédients* » (Claude Fischler, *L'Homnivore*, Paris, Odile Jacob, 2001).



Figure 2

La métaphore est omniprésente, aux niveaux linguistique et gustatif (« *Neige de fenouil* », « *Cappuccino de Pommes de terre et truffes* », « *Tatin d'endives* », « *Millefeuille de homard* ») comme au niveau scénographique : plats déguisés, mais aussi théâtralisation du service qui va de la découverte simultanée des mets jusqu'à l'apparition finale du chef qui, tel l'auteur ou le metteur en scène, vient saluer son public à l'issue de la représentation. La métonymie (« *Les douceurs avec les chauds* », « *les glacés et les pâtisseries* ») ou encore « *Transparence de châtaignes* ») et l'ellipse sont tout aussi fréquentes : derrière des intitulés obscurs comme « *Stichelton, confiture d'églatine aux griottes, lait Ribot, Carayac et rave sucrière enfermés dans une crêpe de riz* » (Gagnaire), il s'agit bien de supprimer –c'est la définition de l'ellipse- des « *termes qu'exigerait normalement la phrase pour être complète. Cette suppression n'en obscurcit pas normalement le sens ; au contraire, elle donne souvent une certaine spontanéité et une certaine fermeté à l'expression*<sup>11</sup> ».

Quant au brouillage syntaxique, il permet d'évoquer une surabondance de saveurs que la rigueur de la langue semble incapable de traduire : ainsi les frères Troisgros nous proposent-ils « *LA TRUFFE...en pesto sur une ratte des sables ...émiettée à l'œuf frit ...et l'endive au caramel comme une laque sur le rouget, persil "mikado" et de petits pliages au homard...glissée au cœur d'un chou, et le foie gras...une orange caldo-freddo...et le muscovado, comme une galette...boules de neige* ».

### Au-delà des figures

L'utilisation des figures place ainsi le cuisinier en position d'artiste : d'une part, elles apportent une plus-value sémantique à l'énoncé ou au mets, et elles font espérer une plus-value gustative ; d'autre part, elles réfèrent directement à la littérature et à la poésie, qui en sont les terrains privilégiés.

Mais l'artification du gastronomique passe par d'autres signes encore. Elle peut se traduire d'abord dans les lieux investis par les grands chefs : le Pré Catelan est présenté comme un édifice chargé d'art et d'histoire, remarquable par la « *majesté d'une salle aux plafonds parés de frises signées Caran d'Ache, dans ce somptueux pavillon Napoléon III situé au cœur du Bois de Boulogne* ». De même, le Grand Véfour s'affirme comme un « *joyau de l'art décoratif du XVII<sup>e</sup> siècle, le haut lieu gastronomique de la vie politique, artistique et littéraire de Paris depuis plus de 200 ans* »<sup>12</sup> ; et les noms de Cocteau, Colette, Jean-Paul Sartre viennent sous-titrer des photographies miniatures du restaurant et de quelques-uns de ses plats fétiches. Lorsque la bâtisse est moins prestigieuse, la relation avec le monde de l'art s'affirme souvent à travers des expositions (sculptures, tableaux) ou la simple mise en valeur d'œuvres d'artistes contemporains : ainsi peut-on découvrir, chez Régis Marcon, des photographies de Laurence Barruel, des luminaires de Véronique Ognard, des meubles de Jacques Mansuy, des tableaux de Jean-Luc Lacombe... une caution artistique que recherchent également de nombreuses caves coopératives ou privées qui collaborent avec des créateurs pour dessiner leurs étiquettes voire leurs bouteilles.

<sup>11</sup> Jean-Jacques Robrieux, *op.cit.*

Même référence à l'art, et particulièrement aux arts graphiques dans la mise en page des menus<sup>12</sup> : on notera ici le choix des polices, l'alternance de caractères italiques et de caractères droits, l'alignement centré ; là, le regroupement de deux « vers » sans relation syntaxique ; là encore la succession, le long d'une ligne imaginaire verticale, d'énoncés de plus en plus courts. Haïkus ? Calligrammes ? L'allusion à la poésie est évidente. Elle se traduit d'ailleurs ouvertement parfois : la page d'accueil *des Prés d'Eugénie* s'ouvre avec « *L'univers poétique de Christine et Michel Guérard* » ; l'emploi surabondant des majuscules (« *Le Foie Gras en Gelée Poivrée de Pomerol /Gâteau de Pain d'Avoine, Cerises et Prunes Sauvages* ») participe aussi de ce désir d'ennobler le réel.

<p><b>MENU COLLECTION D'HIVER</b></p> <p>Quatre mets en demi, fromages et dessert</p> <p><b>LES DESSERTS</b></p> <p>Caillé de brebis, caramel, poivre</p> <p>Chocolat, café, brioche</p> <p>Baba au rhum</p> <p>Agrumes</p> <p>Noisette</p> <p>Poire</p>
--

Figure 3

Autre moyen de transformer le cuisinier en artiste : jouer sur les relations entre le temps et la création ; car, pour l'artiste comme pour le cuisinier, il ne s'agit plus ici de créer pour l'éternité, mais plutôt de rechercher la « performance » (au sens artistique du terme) ; cuisine de l'instant, donc, comme celle que nous propose Alain Passard, à l'Arpège, avec « *Couleur, saveur, parfum et dessin du jardin, cueillette éphémère* », ou « *Collection légumière, image du potager ce matin* ». Cuisine du moment, qui dépend autant du marché et de la saison que de l'inspiration du chef : bien qu'inscrit dans un menu et donc théoriquement reproductible à l'infini, le mets proposé trouve là son caractère d'exception qui le désigne en tant qu'objet d'art autant que de convoitise.

L'artification du culinaire passe enfin par la production de récits. On connaît le succès du *storytelling*, popularisé en France par Christian Salmon<sup>13</sup> et utilisé un peu à toutes les sauces pour expliquer le succès d'un homme politique, d'une campagne publicitaire quand ce n'est pas d'une religion. Son utilisation sur des terrains aussi différents montre à l'évidence que ce n'est pas parce que l'on raconte une histoire que l'on transforme son héros en artiste ; il n'en reste pas moins que l'utilisation du récit dans le monde du restaurant gastronomique est constante et contribue à mythifier le chef, sa cuisine et les plats qu'il propose : elle le transforme en un magicien, un alchimiste qui réussit à transfigurer le réel grâce à la « *magie du geste qui métamorphose* » (Georges Klein<sup>14</sup>). Les récits sont multiples et concernent aussi bien le chef lui-même que l'histoire de son restaurant ou même l'invention de tel plat particulier.

Sous sa forme la plus simple, le récit se profile derrière l'emploi de condiments exotiques ou de termes étrangers, « *Gnocchi à l'encre, Calamarata et Nodi-marini, bisque d'étrille* » ou encore « *Biscuit Richerenches, Biscuit soufflé à la vanille Bourbon, Quartiers de pomme et de mangue parfumés de kumbawa, sorbet d'orange sanguine* » (Gagnaire). Sous une forme également elliptique, le récit se noue aussi dans la confrontation de deux ingrédients, comme chez Anne-Sophie Pic dont les

<sup>12</sup> Sur l'importance du blanc, et plus généralement des structures graphiques et modèles typographiques, cf. Jean-Philippe Dupuy, «Objet et préfiguration, l'exemple du menu de restaurant», in *Objets & communication*, Bernard Darras et Sarah Belkhamza (dir.), Paris, L'Harmattan, 2009, pp. 111-122.

<sup>13</sup> Christian Salmon, *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte, 2007.

<sup>14</sup> Le premier livre de cuisine de Georges Klein s'intitule *L'Alchimie des éléments*. On trouve ce même mot d'alchimie sur la page d'accueil du site de Marc Veyrat.

plats s'intitulent « *La carotte et la fleur d'oranger* » ou « *Le citron et la baie de genièvre* » ; la structure syntaxique utilisée, comme l'emploi des déterminants, renvoie ici directement à l'univers des fables, comme nous le notions déjà<sup>15</sup> :

C'est tout un récit, avec des personnages, un héros et ses adjuvants qui se profilent derrière « *le filet mignon de veau rôti accompagné d'un fritot de pied de veau aux champignons de saison et d'une pomme de terre farcie* » ; un paysage odorant avec le « *turbot cuit lentement, sabayon aux senteurs des sous-bois couteaux et bigorneaux* » ; la dimension chronologique inhérente à tout récit est même perceptible dans la « *côte de veau fermier "élevé sous la mère" cuisinée en cocotte de fonte et giroldes fraîches* » ou le « *Saint-Pierre cuit lentement en casserole* ».

Le récit, c'est aussi bien sûr l'esthétique, si l'on en croit François Ascher : « *L'esthétique mobilise en fait des références qui sont parfois de l'ordre du récit. L'esthétique raconte des histoires. L'ambiance des lieux est une forme de l'esthétique et elle a une dimension narrative* <sup>16</sup> ». Lieux, mise en page des menus, mise en scène du service nous racontent implicitement des histoires. Mais le récit devient explicite lorsqu'il concerne le chef lui-même, ici Michel Trama, là Michel Troisgros ou Guy Martin :

Ex-champion de plongée et ancien étudiant en Arts déco au sein de l'Atelier d'Ingres à Montparnasse, Michel TRAMA se tourne vers la création gastronomique lorsqu'il rencontre son épouse, Maryse.

C'est là que je suis né et que j'ai grandi. C'est la scène d'une *épopée*<sup>17</sup> familiale où la cuisine est en fête tous les jours. Pour moi, la seule façon de poursuivre cette *histoire*, c'est de proposer une cuisine qui, sans cesse, continue de *s'inventer*.

Fils de Savoyard, autodidacte et homme de passion, Guy Martin, s'émerveille de tout et nourrit son inspiration à des sources aussi diverses qu'étonnantes : souvenirs de *voyages*, couleurs, senteurs, sensations, émotions, lui *inspirent* des recettes classiques mais inventives et gaies aux associations goûteuses et aux saveurs délicates.

Sur leur site Web, presque tous les restaurants étoilés affichent leur histoire, la montée de leur renommée, le récit de leur succès. Il faudrait ici citer le Grand Véfour et les péripéties de son installation, la légende de la maison Pic (avec photos des grands ancêtres), mais aussi le film qui fait le récit d'une journée au restaurant de Guy Savoy, ou encore mentionner les premiers mots de la vidéo qui présente le restaurant de Georges Klein : « *Au cœur de la forêt mosellane...* ». On a bien là, dans tous les cas, le recours au récit, à la légende voire au mythe : il ne s'agit pas ici de convaincre par la logique du *logos*, mais de faire croire par la grâce du *pathos*.

- :- :-

Quels sont finalement les effets de la rhétorique mise en œuvre sur la scène gastronomique ? On aurait tort de penser que ces figures, ces allusions, ces récits ne sont que de la poudre aux yeux.

Le premier effet, nous l'avons vu, est sans doute de favoriser l'artification du culinaire : malgré son caractère reproductible, l'œuvre rhétorisée au niveau substantiel comme aux plans linguistique ou scénographique devient une création artistique, son créateur passant du statut d'artisan à celui d'artiste.

Mais l'usage de la rhétorique ne sert pas que le cuisinier : on sait en effet que le goût n'est pas une sensation mais une perception<sup>18</sup>, le résultat d'une synesthésie complexe (gustation mais aussi

---

<sup>15</sup> Jean-Philippe Dupuy, «Rhétorique du menu gastronomique», *Communication & Langages*, n° 160, 2009, pp.19-33.

<sup>16</sup> François Ascher, *op.cit.*, p. 302.

<sup>17</sup> C'est nous qui soulignons.

olfaction, audition, vision, sensation de piquant ou d'astringent, perception des textures, des températures et des volumes), subjective, et qui dépend autant des expériences antérieures de l'individu que de son éducation et du contexte général de consommation : communication, échanges, lexicalisation<sup>19</sup>, récits, etc. Il apparaît ainsi que la rhétorique utilisée dans la préparation (substantielle) et la présentation (linguistique, scénographique) des mets est une des composantes du goût de l'aliment : on le voit, transformer la cuisine en art, c'est certes modifier l'appréhension des pratiques culinaires, mais c'est aussi modifier le goût même de ce qu'on mange.

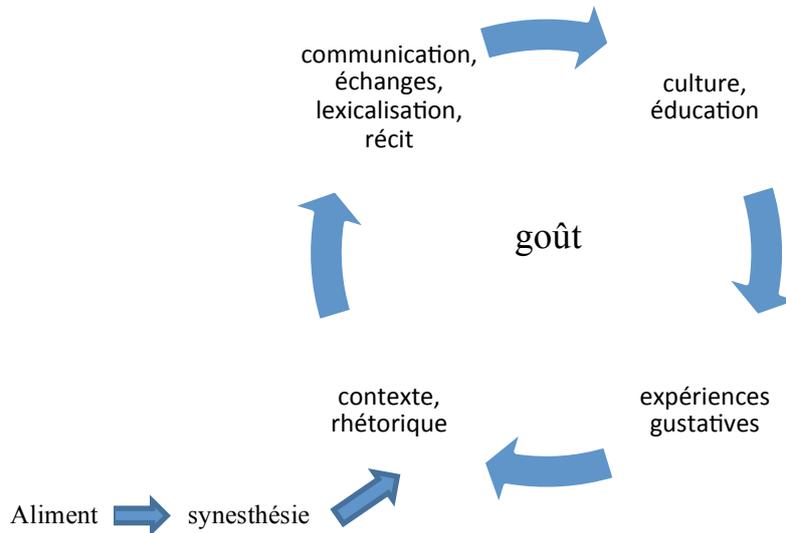


Figure 4 : la roue du goût

Bien plus, toute figure de rhétorique sollicite la participation d'un interlocuteur qui puisse la décrypter : elle propose une médiation entre des termes disjoints et « *le fait de manière ludique et exploratoire, ce qui est bien de nature à produire un plaisir qui s'ajoute à celui de la résolution du problème communicatif qu'elle propose*<sup>20</sup> ». Elle est ainsi source de plaisir, un plaisir qui n'est pas le simple complément d'une hypothétique satisfaction purement gustative, mais qui en est partie prenante : apprécier un mets, c'est aussi reconnaître, derrière le jeu de ses saveurs, des associations, des oppositions, des relations rhétoriques et cette élucidation -plus ou moins consciente- est une des sources de la jouissance gustative.

<sup>18</sup> Matty Chiva, «Le mangeur et le mangé, la complexité d'une relation fondamentale», in *Identité des mangeurs, image des aliments*, Ismène Giachetti (dir.), Paris, Polytechnica, 1996.

<sup>19</sup> Paul Beaud et Jean-Yves Pidoux remarquaient déjà que, « *ce que le sociologue serait tenté de réduire à des stratégies de distinction – le discours cultivé sur la nourriture et la boisson – a bien quelque chose à voir avec la sensation elle-même* » (Paul Beaud, et Jean-Yves Pidoux, «Un avant-goût de la sociologie du goût», in *Le Goût*, Gilles Bertrand (dir.), Dijon, 1998, pp. 85-97).

<sup>20</sup> Jean-Marie Klinkenberg, *Précis de sémiotique générale*, Paris, Seuil, 2000.

## Crédits

- Figure 1 : Luc Viatour (sous licence Creative Commons )  
[http://www.flickr.com/photos/luc\\_viatour/5212068079/sizes/l/in/photostream/](http://www.flickr.com/photos/luc_viatour/5212068079/sizes/l/in/photostream/)
- Figure 2 : Luc Viatour (sous Licence Creative Commons )  
[http://www.flickr.com/photos/luc\\_viatour/5212661214/sizes/l/in/photostream/](http://www.flickr.com/photos/luc_viatour/5212661214/sizes/l/in/photostream/)
- Figure 3 : Extrait d'un menu d'Alain Ducasse.

## Liste des chefs cités

- Frédéric Anton *Le Pré Catelan*
- Alain Ducasse *Plaza Athénée*
- Michel Guérard *Les Prés d'Eugénie*
- Pierre Gagnaire *Pierre Gagnaire*
- Marc Haerberlin *L'Auberge de l'Ill*
- Georges Klein *L'Arnsbourg*
- Christian Le Squer *Pavillon Ledoyen*
- Jean-Michel Lorain *La Côte Saint-Jacques*
- Régis et Jacques Marcon *Le Clos des Cimes*
- Guy Martin *Le Grand Véfour*
- Alain Passard *L'Arpège*
- Anne Sophie Pic *Maison Pic*
- Olivier Roellinger *Les maisons de Bricourt*
- Guy Savoy *Guy Savoy*
- Alain Senderens *Lucas Carton*
- Michel Trama *Les Loges de l'Aubergade*
- Michel Troisgros *Troisgros*
- Marc Veyrat *La Maison de Marc Veyrat*
- Eric Westermann *Buerehiesel*