



HAL
open science

Cuisines du Monde au bout du Monde: le cas de Leh (Ladakh, Inde)

David Goeury

► **To cite this version:**

David Goeury. Cuisines du Monde au bout du Monde: le cas de Leh (Ladakh, Inde). Géographie et cultures. Les établissements de restauration dans le Monde, L'Harmattan, 2012, 978-2-336-00420-4. hal-01656668

HAL Id: hal-01656668

<https://hal.science/hal-01656668>

Submitted on 23 Jul 2019

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.

LES ETABLISSEMENTS DE RESTAURATION DANS LE MONDE

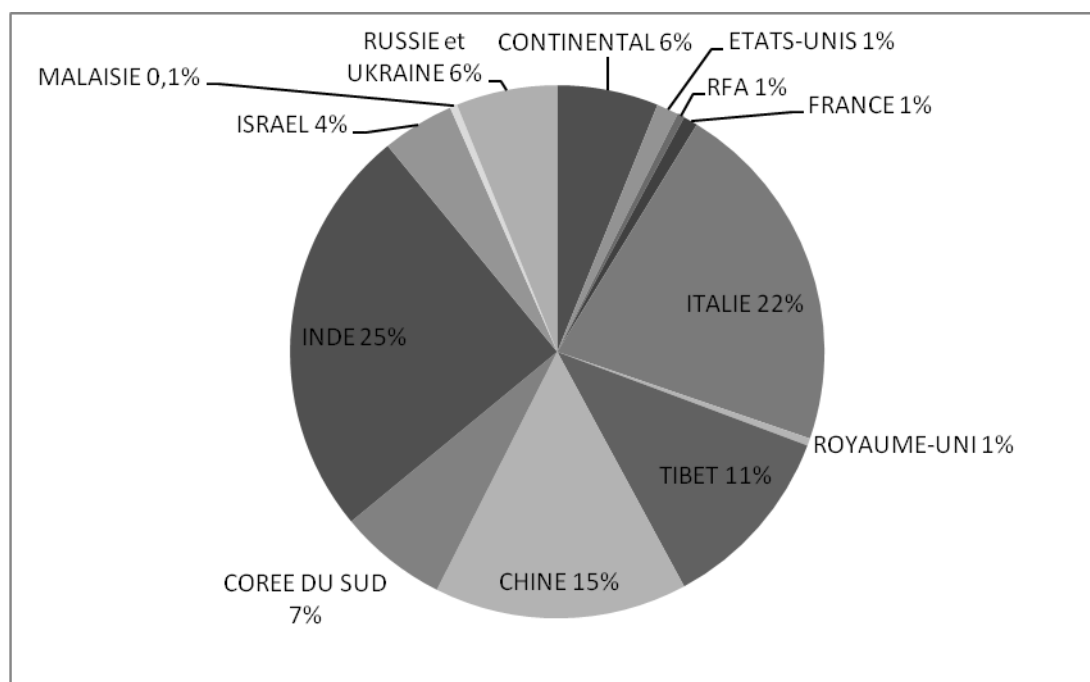
Cuisines du Monde au bout du Monde : le cas de Leh (Ladakh, Inde)

Leh, capitale historique du royaume du Ladakh, était une riche ville marchande au croisement des routes transhimalayennes entre Baltistan, Cachemire, Tibet et Yarkand, avant qu'elle ne devienne un bout du Monde entre l'Inde, la Chine et le Pakistan, suite au conflit indo-pakistanaï en 1947 et à la guerre sino-indienne de 1962 (Rivzi, 1984). Front militaire, le gouvernement indien a décidé de rouvrir progressivement la région aux étrangers à partir de 1974. Entourée par les cols routiers les plus élevés au Monde, carrossables seulement quelques mois par an, la région a été érigée en une destination privilégiée du tourisme d'aventure. Dans un premier temps, elle a attiré essentiellement de jeunes Occidentaux en quête de royaumes tibétains oubliés. Puis, suite à la construction d'un aéroport, Leh s'est progressivement transformée en une station touristique estivale où fleurissent les *guest-houses* et les restaurants. En 2008, elle accueille plus de 74 334 visiteurs dont 35 311 étrangers. Malgré les difficultés d'approvisionnement liées au surcoût de transport, cette ville dispose d'une offre culinaire pléthorique nourrie de références mondiales. Alors que traditionnellement se superposaient divers héritages culinaires transmis par continuité spatiale que cela soit depuis le Cachemire ou depuis le Tibet à des pratiques culinaires locales (Montanari, Pitte, 2009), de nombreux restaurants se revendiquent comme multicuisine et mettent en avant leur capacité à proposer des plats venus des différentes parties du Monde¹. "*We serve breakfast, lunch, dinner, Indian, Chinese, Italian, Israeli, Mexican, continental*" peut-on lire devant le restaurant *Seldon Garden*. Tandis que l'ardoise du *Zen Garden* propose pêle-mêle : "*sexy Thai soup's, lazy Italian pasta's, never ending momo's, punky Mexican dish, boring Indian dish, Israeli special, homemade tofu, wood oven pizza's...*". Il apparaît alors une disjonction entre une revendication de nombreux touristes d'ingérer le pays pour effectuer le vrai voyage et la réalité de la consommation.

Ce foisonnement gastronomique est associé à des espaces de restauration qui mettent en avant leur dimension de jardin ou de la terrasse. De fait, Leh et ses restaurants constituent une halte reposante après un voyage éprouvant. Les professionnels se doivent alors de répondre à la superposition de demandes culinaires entre désir de découverte et nécessité de régénération physique et morale par la nourriture. Au-delà de l'apport calorique nécessaire à la survie de l'individu, ces lieux permettent d'observer comment « Manger » est à la congruence d'un conscient de distinction et d'un inconscient de mémoire. Seulement la réponse effective à une demande internationale n'est pas sans poser des problèmes d'organisation des établissements de restauration multicuisine. Ces derniers s'inscrivent dans une circulation de la main d'œuvre à l'échelle nationale. Enfin, il est possible de s'interroger sur l'image du Monde globalisé renvoyée depuis ces restaurants et surtout leur acceptation relative par les populations locales.

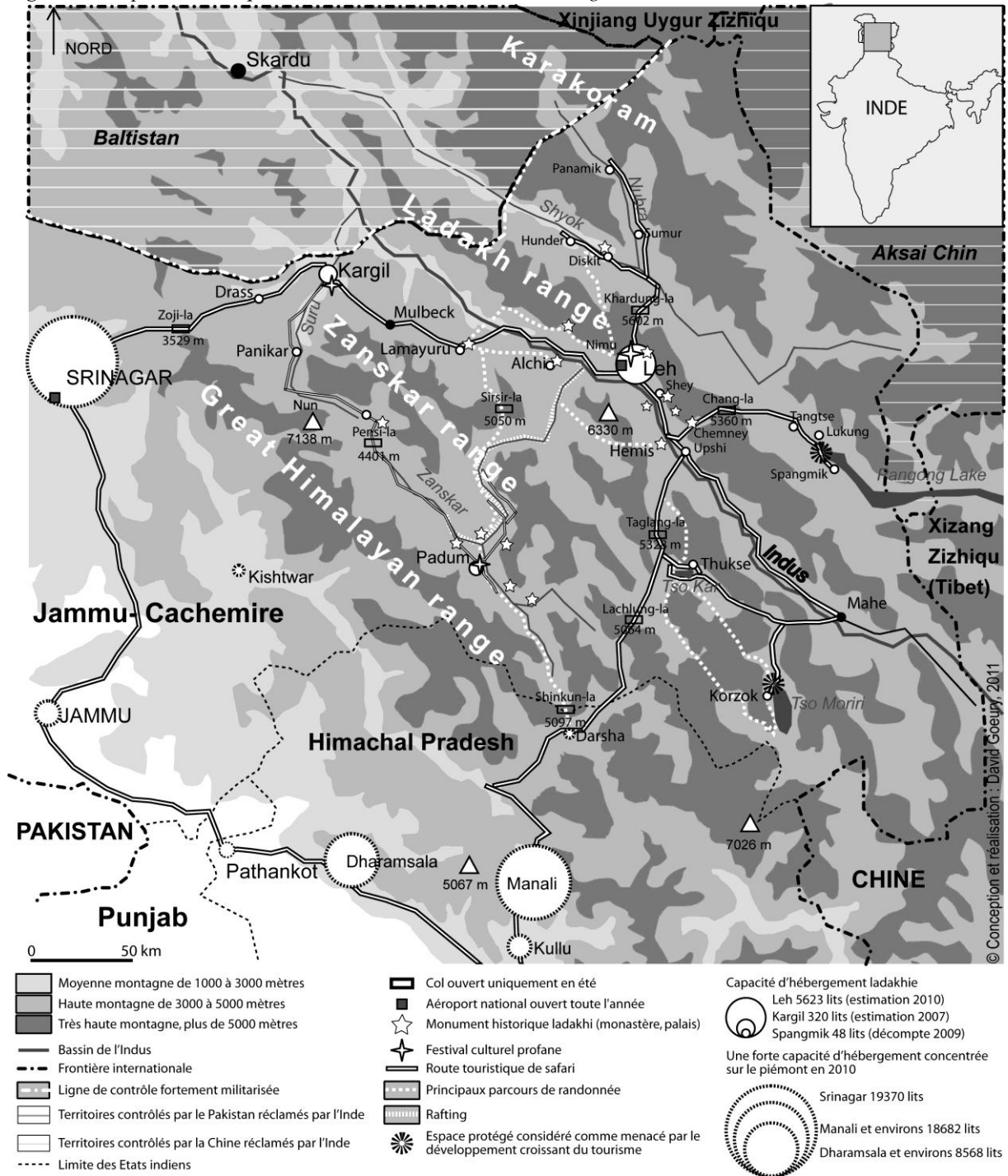
1. L'enquête a été menée auprès de 24 restaurants en juillet 2007 et en août 2009.

Figure 1. Répartition des appellations géographiques de 228 plats du Rice Bowl Tibetan en août 2009



Désirs et réalités des mangeurs occidentaux au Ladakh

Figure 2. L'espace touristique ladakhi dans son environnement régional



Leh, station touristique d'une terre d'aventure

A partir de 1974, le Ladakh s'est progressivement affirmé comme une destination touristique. Les récits des glorieux explorateurs du XIXe siècle sont repris par la génération des néo-aventuriers de la fin du XXe siècle et largement diffusés par les tour-opérateurs (Le Breton, 1991). Progressivement, cette destination se normalise et se démocratise attirant à la fois des touristes nationaux, des familles et des retraités. Les jeunes Occidentaux ont joué le rôle de pionniers. Acceptant des conditions de confort sommaires, ils ont permis une première mise en tourisme du lieu en favorisant l'ouverture de petites gargotes, de logements chez l'habitant à bon marché nécessitant un investissement local faible. La croissance constante de leur fréquentation atteste auprès de leurs aînés de l'habitabilité du lieu. Ces premiers services permettent à des touristes moins aventureux de séjourner dans la vallée. Ainsi, malgré les tensions récurrentes entre l'Inde et le Pakistan, la fréquentation a fortement augmenté après 2003.

Leh reste un espace touristique particulier en Inde. Jusqu'en 2008, les visiteurs étrangers étaient majoritairement des étrangers, (en 2007, 28 178 sur 54 346) ce qui était exceptionnel dans un pays où le tourisme national domine. La saison touristique est très courte, de juin à septembre, mais les touristes séjournent en moyenne cinq à sept jours dans la ville. Cette dernière, étant à plus de 3500 mètres d'altitude, oblige les visiteurs à un repos de deux à trois jours pour s'acclimater avant d'entamer tout effort physique. De plus, Leh est le point de départ de multiples excursions motorisées vers les monastères bouddhistes et les lacs d'altitude, tout en ayant construit sa réputation sur les sports de nature, la randonnée dans un premier temps, puis le VTT, et le rafting sur les rivières Zaskar et Indus. Enfin, le Ladakh, comme le versant sud de l'Himalaya indien, est devenu un lieu de station et de repos pour échapper aux affres de la mousson qui s'abat sur les plaines indiennes. Au fil des années, la présence de l'aéroport, la construction de nombreux lieux d'hébergement de standing de plus en plus élevé et la multiplication des agences locales proposant un large panel d'activités ont permis l'autonomisation du Ladakh des tour-opérateurs pour attirer massivement des touristes individuels et nationaux. Leh concentre l'essentiel des infrastructures et commande l'espace touristique ladakhi. Les touristes enchaînent, selon leurs désirs et les opportunités, des activités à travers tout le Ladakh revenant systématiquement à Leh pour se reposer entre deux excursions. La durée des séjours au Ladakh étant supérieurs, le plus souvent, à deux semaines, les tour-opérateurs proposant des circuits d'une vingtaine de jours, peu de touristes y séjournent moins de sept jours. Si le Ladakh constitue une destination en tant que telle attirant des touristes internationaux désireux de visiter exclusivement cette région, c'est aussi une étape dans un séjour de longue durée en Inde voire en Asie. Seuls les touristes nationaux effectuent des séjours de quelques jours, généralement d'une semaine, pour se mettre à l'abri des chaleurs de la mousson essentiellement aux mois de mai et juin. Ils allongent ainsi la saison touristique (Goery, 2011).

Des horizons culinaires entre paysage culturel et ethnoscape

Ce contexte particulier génère une demande culinaire spécifique. De nombreux touristes étrangers sont désireux de réaliser un voyage total qui passe par l'estomac et donc par la découverte des plats locaux (Poulain, 2002). Or, ce qui est considérée comme la cuisine locale est le fruit du croisement de deux représentations que sont le paysage culturel d'une part et l'ethnoscape d'autre part (Appadurai, 2001).

L'entrée par le paysage culturel nourrit l'idée que la cuisine serait le fruit des possibilités agricoles d'un terroir mises en plats par des traditions accumulées au gré des histoires et des innovations des sociétés humaines (Claval, 1995). Le Ladakh du fait de son altitude et de son aridité, propose quelques plats simples composés de pâtes et de légumes, parfois accompagnés de laitages et de fruits séchés comme les abricots du Baltistan. A l'occasion de fêtes comme le nouvel an bouddhiste, les familles consomment des produits exogènes comme le riz venant des vallées sud himalayennes.

Par ailleurs, les touristes étrangers projettent sur le Ladakh des représentations héritées de leur culture qui constituent des ethnoscapes (Appadurai, 2001). Dans leur représentation du Monde, le Ladakh est apparenté par proximité relative à d'autres espaces selon des gradients d'altérité. Dans le domaine culinaire, il est étroitement associé à la cuisine tibétaine, la région étant communément désignée dans les récits de voyages et dans les brochures touristiques par l'appellation de « Petit Tibet ». Ces deux entités sont confondues dans un idéal d'Himalaya bouddhiste. De plus, la présence de nombreux réfugiés tibétains, d'abord recrutés dans l'armée indienne, puis comme enseignants dans les écoles du réseau *Lamdon* et enfin comme commerçants ou restaurateurs, ne fait qu'accentuer cette représentation. Les *momos* (pâtes fourrées) et autres *thukpas* (soupes de pâtes) deviennent des plats typiques à consommer. Le restaurant *Tibetan Kitchen* est d'ailleurs considéré comme un *must* par tous les guides touristiques et affiche complet presque tous les soirs de juillet et août. Ensuite, les cuisines cachemirienne et indienne constituent les traditions voisines car participant du même ensemble politique qu'est l'Union indienne. Certains touristes engagés politiquement notamment dans le mouvement *slow food*, autour de la figure d'Helena Norberg-Hodge et de la *Women Alliance of Ladakh*, les considèrent comme des témoins non pas de l'ouverture régionale mais comme de la mise sous tutelle du royaume du Ladakh par des pouvoirs exogènes visant à ruiner sa spécificité culturelle (Norberg-Hodge, 2002, 2005).

Ainsi, les touristes hiérarchisent les cuisines selon un gradient de localisme plus ou moins fort partant de la cuisine ladakhie-tibétaine, puis cachemirienne et indienne et enfin la cuisine internationale (continentale, italienne...). Ces choix peuvent paraître arbitraires surtout en ce qui concerne l'exogénéisation de la cuisine chinoise dont certains plats sont souvent plus proches géographiquement du Ladakh que ceux du Sud de l'Inde. D'ailleurs, certains restaurants inscrivent les plats identifiés comme tibétains (*momos*, *thukpas*) dans la catégorie des plats chinois, ce qui n'est pas sans reposer certaines questions géopolitiques.

Ces représentations culinaires se traduisent par des comportements spécifiques des touristes dans leur choix de consommation. Ainsi, lors des premiers jours d'arrivée au Ladakh, de nombreux touristes fustigent leurs congénères qu'ils accusent d'être de mauvais touristes car consommant des plats internationaux. Le bon touriste devient alors celui qui s'aventure dans la cuisine locale, si possible ladakhie ou tibétaine. Il magnifierait la culture locale en respectant ses mœurs culinaires. Il aurait un comportement aujourd'hui présenté comme responsable en consommant des produits locaux et non importés. Ces récriminations sont à comprendre dans une volonté de distinction désormais classique entre le vrai voyageur et le touriste (Equipe MIT, 2002). Cependant, la cuisine locale reste cantonnée à quelques plats souvent tibétains. L'ordinaire ladakhi est extrêmement modeste composé d'orge, de thé, de beurre de yak, rehaussé de quelques légumes (petits pois, épinards, navets) et le plus souvent associé sous des formes soit très simples de bouillies comme la *stampa*, soit très surprenantes comme le thé salé au beurre de yak, dont l'absorption est considéré comme un moment de bravoure gustative par nombre de visiteurs. Cette cuisine du quotidien est alors consommée exclusivement dans l'espace domestique des Ladakhpas ou parfois dans les gargotes des monastères. Elle devient un élément ultime du voyage vers l'altérité qui aboutirait à la vraie rencontre avec la population locale dans la commensalité : une forme de communion par la consommation de la chère autochtone.

Cependant, malgré les efforts d'associations comme la *Women's Alliance of Ladakh*, cette cuisine quitte difficilement l'espace domestique. Même dans le cadre de l'accueil touristique villageois, *guest house* ou *parachute-cafés* sous tente, établi à proximité des parcours de randonnée et des lieux de bivouac, les Ladakhpas sont formés à proposer des plats plus variés. Ils apprennent des recettes tibétaines, cachemiriennes, indiennes et chinoises. Ils préparent des mets plus conformes aux goûts des touristes comme le thé sucré au lait de vache en poudre, désigné par l'appellation de *black tea*, voire ils proposent des produits agroindustriels comme les nouilles chinoises de la marque suisse *Maggi* qui dépend du groupe Nestlé².

2. Facile à conserver et facile à préparer, les plus appréciées sont celles de la formule épicée (*massala*) qui est présentée comme goût indien authentique (*Authentic indian flavours*).

La nécessaire régénération après l'effort

Le voyage vers l'altérité gastronomique est d'ailleurs souvent limité dans le temps. Les touristes qui se présentent comme les plus aventureux déchantent rapidement lors de séjours prolongés dans les hameaux isolés. La faible diversité des plats couplée aux efforts d'adaptation constants à l'altitude et au climat fatigue progressivement l'individu ; d'autant plus, s'il est engagé dans une activité physique comme la randonnée. Nombreux sont ceux qui d'ailleurs s'approvisionnent au préalable à Leh, notamment dans les *German Bakeries* comme le recommande les guides touristiques. Lors des treks de plusieurs jours, les agences, à la demande des tour-opérateurs, transportent toujours des produits occidentaux qu'ils distillent tout au long du circuit pour réconforter les randonneurs épuisés par de longues heures de marche. Même les structures les plus investies dans le tourisme responsable, solidaire, durable, éthique, savent qu'il faut créer des événements gustatifs pour maintenir le moral du groupe. Des pâtes italiennes cuisinées avec de la sauce tomate à *la bolognaise*, des fruits au sirop tout droit sortis d'une boîte de conserve ou une tablette de chocolat, produisent une émotion réelle auprès de touristes pourtant volontaires à la souffrance de l'altérité.

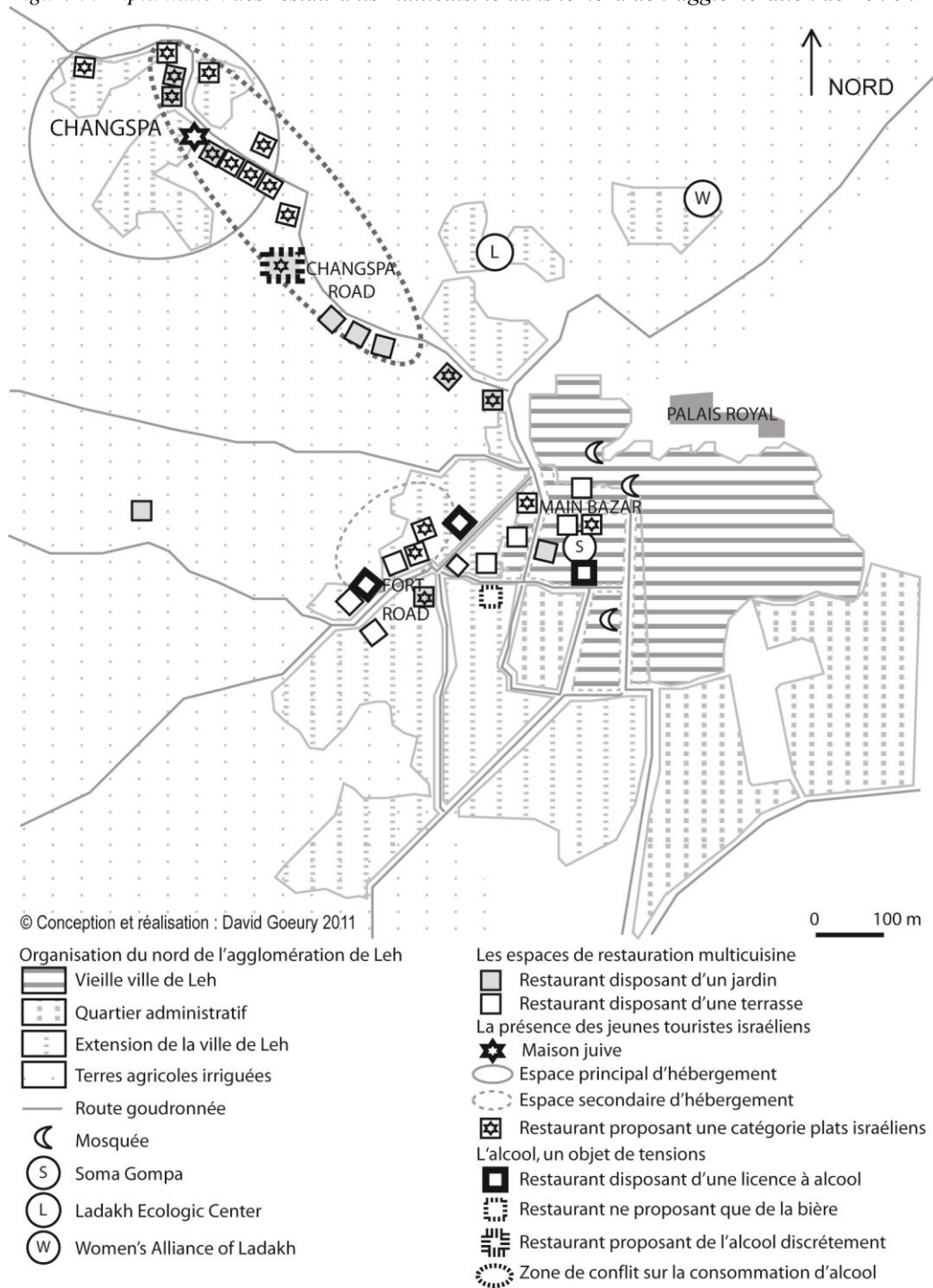
La rupture brutale avec un quotidien alimentaire est difficile à supporter. La consommation de plats connus permet la régénération physique et psychologique. Certains plats sont des références internationales considérées comme consommables en tous lieux. Les frites, les pizzas, les *burgers*, les pâtes, les viennoiseries (désignées par *german bakery*) constituent des plats refuges. Le touriste est aussi avide de plats plus spécifiques de son pays d'origine, surtout s'il a entrepris un très long voyage. Ainsi, les jeunes Israéliens partis pour plusieurs mois dans le cadre de ce qu'il désigne comme l'*army trip* aiment à commander ponctuellement des plats typiques : *ziva*, *schnitzel*, *falafel*, *shakchouka*. Pourtant, nombre d'entre eux affirment ne consommer que très exceptionnellement ces plats en Israël et ils savent que ce que le restaurant va leur préparer est très loin des saveurs qu'ils connaissent³. Le plat permet la reconstruction d'un lien ténu avec le pays d'origine durant un long voyage. Pour d'autres, la présence de restaurants proposant des plats identifiés est un élément qui rend le voyage possible et la destination touristique habitable momentanément. Cela est particulièrement observable avec les enfants qui ne cachent pas hypocritement leur désir de manger du connu. Ils ne font que révéler une réalité : la peur du drame digestif qui peut rapidement transformer les vacances en un enfer intestinal.

Cette demande favorise l'émergence d'espaces spécifiques de restauration qui répondent aux attentes des touristes. Les espaces de restauration préexistants que sont les gargotes proposant des soupes tibétaines ou des plats cachemiris sont peu à peu relégués dans les quartiers non touristiques, au sud et à l'est de la ville, au profit de nouveaux restaurants spécialement dédiés à ce public exogène. Il est alors possible de faire une double géographie : celle des plats proposés et donc des représentations, et celle des établissements de restauration et de leur implantation.

3. Entretien auprès de 42 jeunes Israéliens en août 2009.

Multicuisine au grand air

Figure 3. Implantation des restaurants multicuisine dans le nord de l'agglomération de Leh en 2009



Jardins et terrasses, lieux de repos à moindre coût

L'essentiel de l'offre gastronomique internationale au Ladakh reste concentrée à Leh. Les autres villages proposent généralement des soupes tibétaines ou des plats cachemiris mis à part quelques lieux très touristiques comme Alchi, Lamayuru, Kargil ou Padum. Les touristes vont alors satisfaire l'essentiel de leur désir de saveurs mondiales dans la capitale ladakhie.

Marqué par une très forte aridité avec moins de 100 mm de précipitations annuelles, Leh ne connaît que quelques averses estivales, rarement plus d'une par mois. Les touristes recherchent prioritairement des espaces de plein air pour s'installer sur de longues durées, surtout en journée. Leh s'inscrit comme un temps de station entre des moments de nomadisme. Dans la ville, rares sont les touristes qui consomment de la nourriture en dehors des restaurants. La nourriture à emporter est associée à l'excursion et à la randonnée. Une fois de retour en ville, les touristes désirent retrouver un cadre confortable : une table, un siège, des couverts. La prise alimentaire est associée à un moment de repos et de récupération. Les clients se prélassent, discutent, lisent, écrivent, attablés, faisant durer le plaisir souvent plus d'une heure.

Au sein de la ville, les établissements de restauration proposant des plats internationaux sont massivement implantés dans les espaces touristiques sis au nord et à l'est de l'agglomération. Autour de *Main Bazar*, cœur commercial de la vieille ville, les restaurateurs occupent les toits terrasses, le rez-de-chaussée étant généralement réservé aux boutiques. Certains restaurants disposent d'une salle couverte, d'autres sont intégralement en plein air, la cuisine étant abrité sous une structure légère de contreplaqué. Le long de *Changspa Road* et de *Fort Road*, les restaurants sont massivement au rez-de-chaussée, même si certains disposent d'une terrasse à l'étage. *Changspa Road* traverse un espace agricole de terres irriguées. Les parcelles au bord de la route sont transformées en *garden restaurant*. Le long de *Fort Road*, seul le *Pinguin Restaurant* dispose d'un jardin. Les autres restaurants se contentent d'une terrasse plus ou moins large.

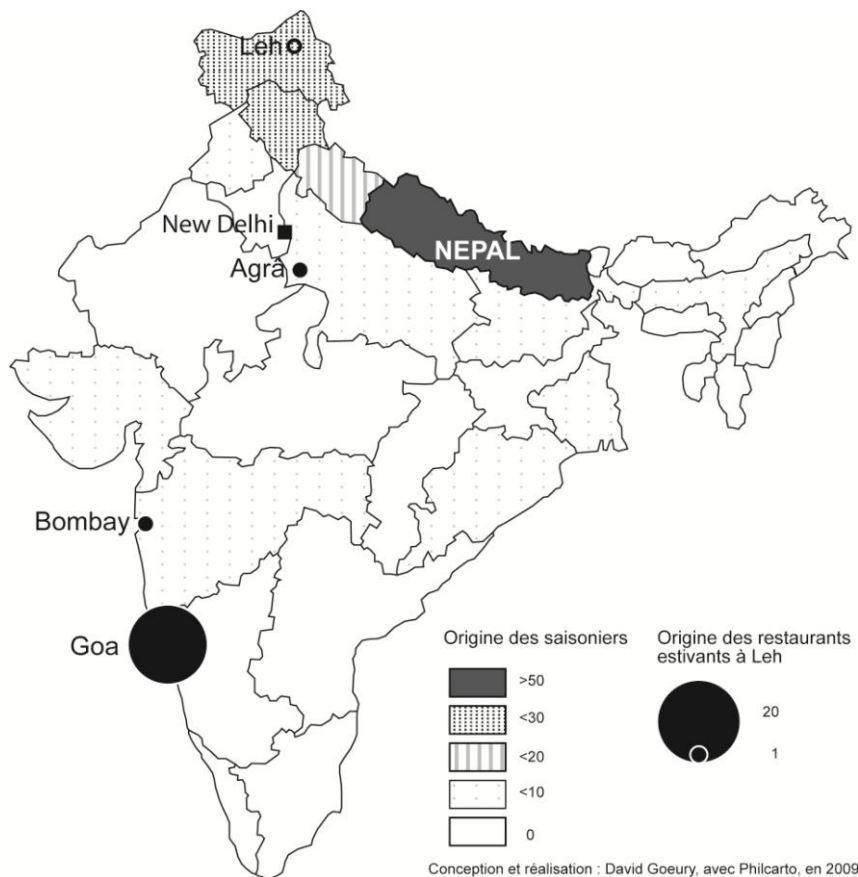
Dix d'entre eux n'ont aucun espace abrité en dur. Des tables en plastique sont disposées sous des tentes ou des parasols pour protéger les clients du soleil. Les espaces en dur abritent avant tout les cuisines à l'exception de certains fours qui se trouvent en extérieur. De nombreux restaurants donnent un sentiment d'inachevé et de temporaire. L'investissement est souvent limité du fait de la rentabilité potentiellement faible du lieu. Les coûts de transport du ciment et de l'acier sont extrêmement élevés et limitent les constructions. Ils interdisent tout déplacement saisonnier des équipements. Mis à part quelques objets qui peuvent tenir dans une cantine, comme les instruments de cuisine, toutes les fournitures sont démontées et déposées dans une pièce fermée à clef pour toute la durée de l'hiver.

Pendant longtemps, les clients potentiels restaient peu nombreux et composés de jeunes Occidentaux aux origines très diverses. Les restaurateurs pouvaient difficilement se spécialiser et devaient au contraire diversifier au maximum leur offre culinaire pour répondre aux attentes très différentes des touristes. Ils définissent aujourd'hui leurs établissements comme multicuisine et leurs cartes sont de véritables catalogues de la cuisine mondiale. Elles proposent souvent plus d'une centaine de plats différents, parfois plus de deux cents avec les accompagnements possibles comme les différents types de riz, de *naan* ou de *roti*. Cette diversité des plats proposés au sein d'un même établissement semble un véritable défi. Premièrement, même si de nombreux plats sont constitués des mêmes produits, ils nécessitent des mises en œuvre spécifiques. Les cuisines se doivent d'être équipées de foyers aux formes très différentes allant du *tandoori*, le four indien à feu central pour les *naans*, au four à pizza, en passant par les feux à gaz pour les plats en sauce ou les pâtes mais aussi pour poser les plaques nécessaires à la cuisson des *chapatis*.

Les aménagements réalisés au sein du restaurant sont souvent le fruit de négociations entre propriétaire et locataire. Selon le degré d'implication du propriétaire, l'ancienneté de l'équipe en place et la réflexion sur l'opportunité financière, l'investissement dans le bâti est plus ou moins important. Ainsi, deux restaurants ouverts en 2009 sur *Changspa Road* révèlent des stratégies différentes. Le *Café Eureka*, fruit de l'association entre un Ladakhpa et un cuisinier assamais, travaillant depuis plusieurs années au Ladakh, dispose d'une cuisine et d'une salle en dur entouré d'une terrasse aménagée. Par contre, l'*Orange Sky* monté par une équipe qui vient travailler pour la première fois au Ladakh s'organise autour de structures démontables pour limiter l'investissement.

Des professionnels saisonniers pour satisfaire une demande éclectique

Figure 4. Origine des professionnels de la restauration estivant à Leh et lieu de travail des équipes de 24 restaurants multicuisines de Leh en août 2009



Ces établissements de restauration mobilisent massivement des acteurs exogènes. Ils proviennent majoritairement du reste de l'Inde et du Népal. En 2009, quatre individus provenaient d'horizons plus lointains : une gérante coréenne, une française associée à un jeune Indien originaire de Manali, un cuisinier thaïlandais, auxquels il est possible d'ajouter une infirmière singapourienne, même si elle tient un établissement plus proche du salon de thé que du restaurant. Si les propriétaires fonciers sont ladakhis de par la loi, par contre, les gérants, les cuisiniers, les serveurs sont majoritairement étrangers au Ladakh. Certains Ladakhpas gèrent les restaurants comme pour *KC*. Parfois, ils le font suite à un mariage comme le restaurant *Happy-World* tenu par une femme ladakhie et son mari népalais, ou l'*Amigo* qui est tenu par une jeune Coréenne mariée avec un guide ladakhi. Sinon, ils peuvent s'associer avec un gérant étranger comme dans le cas de l'*Eureka Café*. Le plus souvent, les propriétaires louent le site pour la saison à une équipe intégralement étrangère.

Les cuisiniers sont quasi exclusivement extérieurs à la vallée. Les Ladakhpas constituent une toute petite minorité, soit moins de 10% des cuisiniers des 24 établissements étudiés, certains établissements ayant jusqu'à 6 cuisiniers. Ainsi, le restaurant *Amigo* dispose d'une cuisinière ladakhie, fait de la propriétaire de disposer d'une assistante. En fait, les Ladakhpas ne pouvaient que difficilement répondre à la demande internationale. La fermeture internationale de 1947 à 1974 et les difficultés d'approvisionnement ont appauvri l'horizon culinaire. Nombreux sont ceux qui ignoraient les attentes d'un public étranger. Par la suite, les plus entreprenants préféraient s'impliquer dans d'autres métiers moins pénibles et plus prestigieux comme l'administration, l'éducation, la santé. Au sein des métiers du tourisme, les habitants mettent en valeur leur connaissance de la région comme guide, chauffeur de taxi ou directeur d'agence et leur maîtrise du foncier par la construction de *guest houses*. De plus, l'activité de restauration représentait un risque financier plus fort. La fréquentation

restait faible et soumise aux aléas politiques régionaux et internationaux, comme en 1999 et en 2002. Les touristes étaient massivement des jeunes à la recherche des plus bas prix possibles pour voyager le plus longtemps possible. Les restaurateurs doivent faire face à des problèmes d'approvisionnement récurrents. Leh n'est accessible que par deux routes d'altitude extrêmement pénibles Jammu-Srinagar-Kargil-Leh ou Chandigarh-Manali-Leh nécessitant un minimum de trois jours de trajet. Certains produits sont acheminés par avion. Cela génère des surcoûts qui se répercutent sur le prix des plats et dissuadent certains clients. Ainsi, en 2009, le restaurant *La Pizzeria* qui mise sur une qualité irréprochable de produits s'est retrouvé dans l'obligation de baisser considérablement ses prix pour attirer des clients au risque de travailler à perte. Enfin, la saison touristique a longtemps été très courte, essentiellement entre le 15 juin et le 1^{er} septembre. Les cuisiniers spécialisés dans la cuisine internationale doivent alors se reconverter dans un autre métier ou migrer au sud de l'Himalaya.

Pour répondre à la nouvelle demande, Leh s'inscrit dans le mouvement complexe des saisonniers du tourisme en Inde. Un premier mouvement se fait par effet de proximité. Des professionnels originaires des régions du piémont comme le Cachemire ou l'Himachal Pradesh et des réfugiés tibétains viennent au Ladakh à la recherche d'opportunités économiques dans un espace considéré comme vierge. Un second mouvement concomitant beaucoup plus complexe se met en place dès le début des années 1980. Cette période correspond à l'irruption des tour-opérateurs spécialisés dans les sports de nature et surtout les circuits de randonnée sportive désignée par le terme de trek. Désireux de promouvoir de nouvelles destinations, ils investissent le Ladakh. Cependant, ne pouvant recruter des professionnels localement, ils engagent des guides et des cuisiniers originaires du nord du Népal, avec lesquels ils sont habitués à travailler. Le Ladakh devient alors une destination estivale auxiliaire du Népal qui est surtout fréquenté en automne et au printemps. Parallèlement, les Népalais qui oeuvrent en Inde et plus particulièrement à Goa sont à la recherche de sites touristiques pour estiver durant la mousson. Quelques uns tentent l'aventure au Ladakh malgré une rentabilité faible. Ils préfèrent travailler en ayant très peu de bénéfices plutôt que chômer et dépenser leur maigre pécule. Leh et Goa deviennent deux destinations complémentaires. Plus d'une centaine de professionnels de toutes origines travaillant dans la cité balnéaire, rejoignent le Ladakh le plus souvent en groupe mais aussi de manière individuelle. Goa est à la fois le lieu de constitution des équipes et d'apprentissage de nouvelles recettes. Certaines équipes transposent l'intégralité de leurs savoir-faire conservant la même organisation et la même carte entre les deux lieux, à l'exception de toutes les recettes liées aux fruits de mer et au poisson.

Les professionnels effectuent massivement une double saison. Seuls les Ladakhs et certains réfugiés tibétains développent une activité économique différente durant le reste de l'année. La famille ladakhie tenant *KC* postule comme entrepreneur sur des marchés d'Etat, tandis que les gérants tibétains du *Wonderland* préfèrent désormais vendre des bibelots à Dharamsala et à New Delhi, jugeant la deuxième saison à Goa trop épuisante. Si certains gérants ne désirent pas faire de double saison comme ceux de l'*Happy World*, par contre les cuisiniers et les serveurs y sont contraints économiquement. A plus de 90%, ils se rendent à Goa, à l'exception de l'équipe du *Mentokling Terrace* qui possède un restaurant à Agrâ et celle de *La Pizzeria* qui se rend à Bombay. Généralement, ils prennent un mois de repos entre chaque saison pour retourner dans leur région d'origine.

Ces branchements successifs à des espaces extérieurs drainent au Ladakh une grande variété de professionnels. En 2009, les Népalais constituaient le contingent le plus important surtout parmi les cuisiniers et dans une moindre mesure parmi les serveurs. Plusieurs restaurants sont tenus par des équipes intégralement composées de Népalais dont la plus fameuse est celle du *Pinguin* qui dispose de trois autres restaurants : à Goa, à Dharamsala et dernièrement dans le Kerala. Ensuite, venaient ceux originaires du piémont que cela soit du Cachemire pour certains cuisiniers, du Jammu ou de l'Himachal Pradesh. Il est possible de leur ajouter les réfugiés tibétains dont certains vivent autour de Dharamsala. Enfin, viennent des professionnels aux origines variées comme l'Assam pour les équipes du *Dolphin* et de l'*Eureka*, de l'Uttar Pradesh, de l'Orissa, du Punjab, du Bihâr, de Bombay ou du Bengale.

La diversité des origines est mise en valeur par des restaurants désireux de proposer une cuisine de qualité. Si les Népalais sont considérés comme des cuisiniers polyvalents pouvant aussi bien préparer des plats tibétains que des plats occidentaux, certains gérants désirent avoir dans leur équipe un chef spécialisé dans une cuisine régionale. Pour les plats cachemiris et les viandes dites

kababs, ils préfèrent un Cachemiri. De même, les Bihâris sont réputés pour leur maîtrise des plats indiens. Ainsi, plusieurs équipes de cuisiniers sont composées de chefs de quatre origines différentes.

Les restaurants multicuisine de Leh, miroirs du Monde

Figure 5. Origine des touristes venus au Ladakh en 2008 selon le Tourism Office de Leh

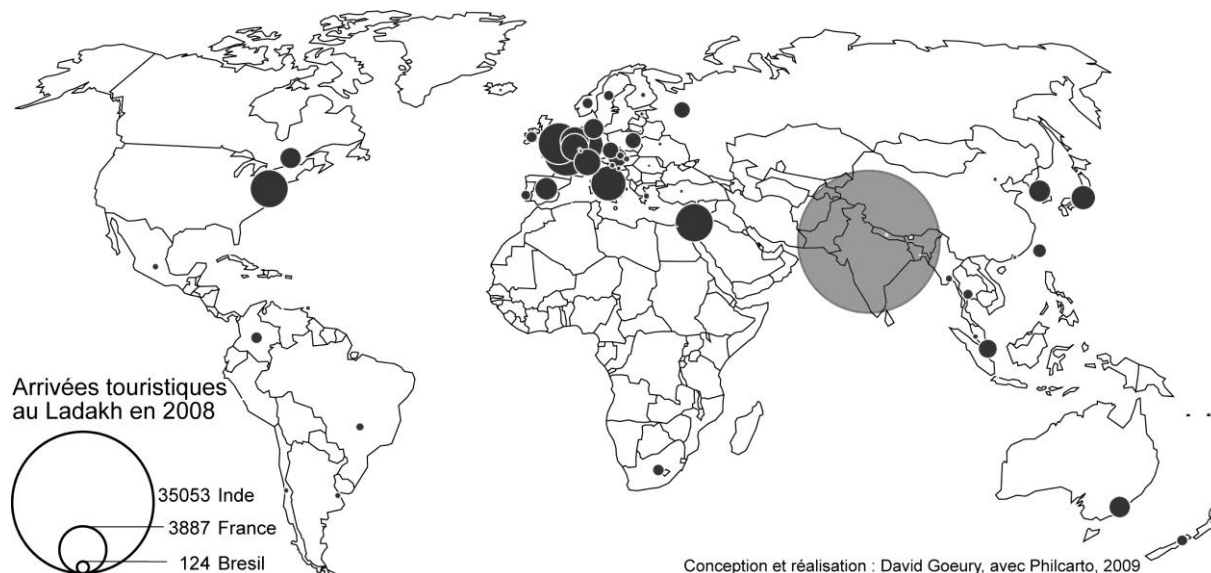
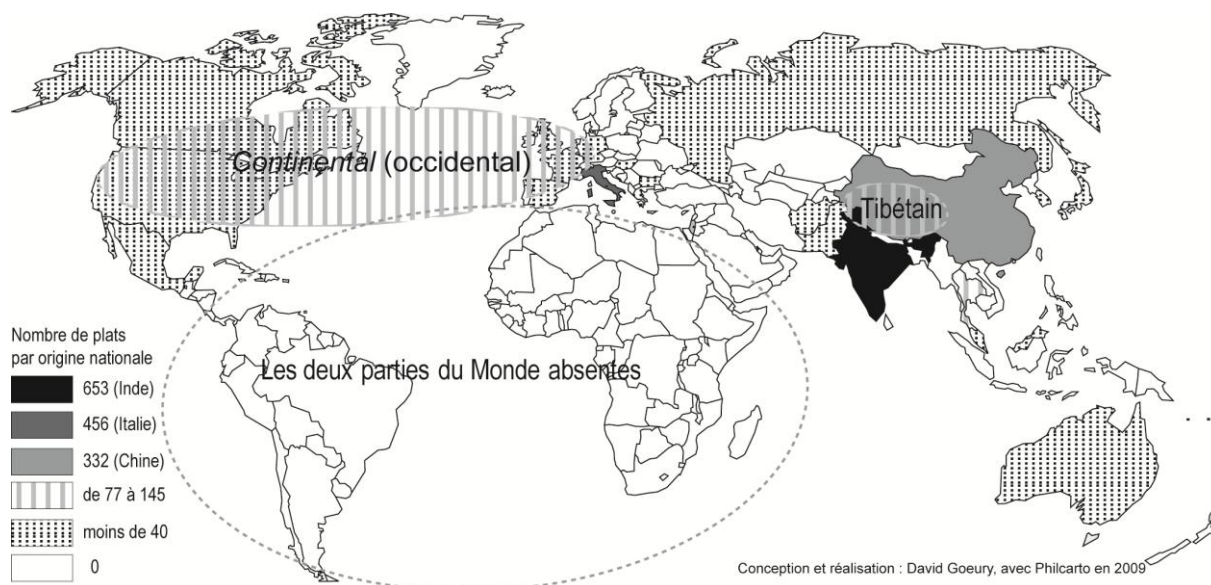


Figure 6. Répartition géographique des appellations des plats proposés dans 17 restaurants multicuisine de Leh en août 2009



Tourisme et offre culinaire, une participation inégale des différentes parties du Monde

Les cartes proposent alors un concentré de la cuisine mondiale avec tous les best-sellers du goût planétaire (Fumey, Etcheverria, 2009). Par ordre d'importance, les restaurants proposent des plats indiens, souvent végétariens et relativement bon marché, puis de nombreux plats italiens et chinois. Ensuite, viennent les plats qualifiés de *continental*, dénomination qui regroupe de multiples plats

occidentaux, exception faite de la cuisine italienne. Ils sont généralement distingués de tous les plats désignés comme des snacks, des desserts ou des éléments de petits déjeuners même si parmi ces derniers certains sont désignés comme *french* (*french fries*, *french toast*, *french onion soup*, ou *nicoise salad*), *spanish* (*spanish omelet* qui renvoie à la tortilla) *greeck* (*salad*), *russian* (*salad*). A tout cela vient s'ajouter la *german bakery* (parfois appelée *western* ou *swiss*) qui désigne les viennoiseries et toutes les formes de pâtisseries, sans qu'elles n'apparaissent sur la carte sauf dans les formules petit-déjeuner. Le plus souvent, ces gâteaux sont exposés à proximité du comptoir dans un présentoir pour être choisis directement.

Après, selon les restaurants viennent s'ajouter d'autres offres culinaires considérées comme particulièrement appréciées par les touristes. La première est la cuisine israélienne qui vient répondre à la demande des jeunes Israéliens particulièrement nombreux à se rendre au Ladakh. En 2008, ils représentaient 8,1% des touristes étrangers venus au Ladakh avec 2613 ressortissants, soit la troisième nationalité la plus présente au Ladakh. Cette présence est renforcée par la durée de leur séjour sur place, nombre d'entre eux décidant de rester plusieurs jours exclusivement à Leh pour profiter du cadre agréable de la ville. Il est possible d'établir un gradient de leur influence par la présence des plats israéliens dans les cartes des restaurants. La plupart des jeunes logent massivement dans les *guest houses* bon marché autour du hameau de Changspa à proximité d'une *jews house* (maison juive) qui vise à proposer un espace religieux pour la communauté israéliite. Le *Schelden Green Restaurant* qui est adjacent à la *jews house* dispose d'un grill à chawarma et prépare sur commande du *zakhnon* (*jahnoun*), plat yéménite, présenté comme un repas de *shabbat*, le samedi midi.

Il en est de même dans une moindre mesure pour la cuisine coréenne. La venue de jeunes coréens est beaucoup plus récente et ils ne représentent que 2,7% des touristes internationaux avec 887 individus. Cependant, une jeune Coréenne mariée avec un Ladakhpa a ouvert un snack en 2007 sur *Changspa Road* avant de créer un restaurant doublé d'un dortoir pour les jeunes coréens en 2009. Son initiative a fait des émules auprès du *Rice Boal Tibetan* qui a jugé opportun de proposer ce type de cuisine.

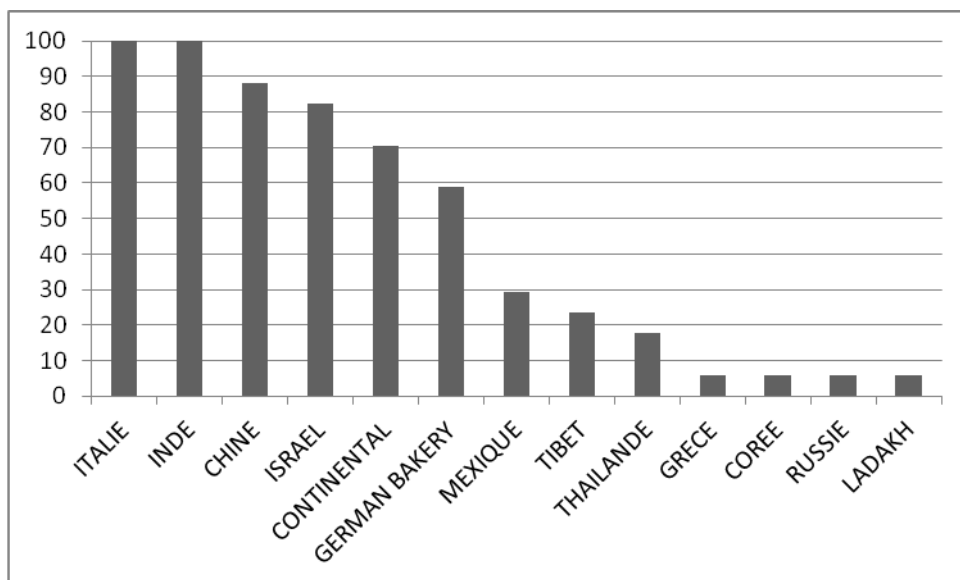
A cette offre ciblée selon les communautés présentes, viennent s'ajouter la cuisine mexicaine et la cuisine thaïlandaise. La première est considérée comme particulièrement appréciée par les Américains. La seconde est davantage le fruit des liens avec Goa où de nombreux restaurants proposent de la cuisine thaïlandaise pour répondre aux attentes des jeunes étrangers qui ont réalisé de très long voyages à travers l'Asie du Sud. La Thaïlande est avec l'Inde et le Népal, l'une des trois grandes destinations privilégiées du tourisme de *back-packers* (sac à dos) et des jeunes Israéliens. Dès lors, les cuisiniers, un Assamais de l'*Eureka Café* et un Népalais du *Schelden Green Garden*, ont appris cette cuisine et ont décidé de la proposer en plus de tous les plats déjà présents sur leur carte. Par ailleurs, un jeune cuisinier thaïlandais, travaillant à Goa, accompagne durant la saison estivale l'équipe népalaise du *Zen Garden Restaurant*.

La nourriture profondément ancrée dans une identité régionale et sociale ne semble pas soluble dans l'universel. Au contraire, à Leh, elle est structurée autour de référents nationaux. Même le petit déjeuner qui s'articule autour de boissons chaudes fortement diffusées à l'échelle mondiale est proposé avec des appellations nationales : *english*, *indian*, *israeli*, *french*, *spanish*, *canadian*, *australian*. L'appellation géographique permet de constituer un langage commun, même si parfois, le consommateur peut être surpris par la créativité et la réinterprétation faite par le cuisinier d'une référence. Ainsi, un *french breakfast* peut comprendre deux croissants entourant une préparation à base de pommes de terre et de petits pois.

Il est possible de dresser une carte de la cuisine du Monde proposée à Leh. Cette carte est fortement liée à la fréquentation touristique mais ne correspond pas exactement à la nationalité des visiteurs. Elle révèle davantage un croisement des représentations entre l'offre et la demande. Les dénominations utilisées pour distinguer les plats, surtout en les associant à une origine géographique, permet de créer les conditions d'une intercompréhension entre des clients et des restaurateurs d'origines très diverses. En dehors des cuisines locales, il ressort des incontournables de la cuisine mondiale, plats simples et bon marché. Ainsi, la cuisine italienne avec la pizza et les pâtes, puis la cuisine occidentale avec les sandwichs et la viande rôtie apparaissent comme des références sûres et partagées. Elles sont désormais accompagnées de la cuisine chinoise. Viennent s'ajouter d'autres cuisines qui sont valorisées par les touristes sans être leur cuisine nationale, comme la cuisine

mexicaine et la cuisine thaïlandaise. Enfin, viennent les cuisines nationales de certains touristes aux traditions culinaires différentes. Il est intéressant de noter la grande absence de l'Afrique et de l'Amérique du Sud que cela soit en termes de fréquentation touristique qu'en termes de plats. La cuisine proposée à Leh est un miroir du Monde et dans ce miroir, apparaît l'occultation de ces deux grandes parties qui n'auraient pas encore la capacité de se projeter à l'échelle mondiale.

Figure 7. Fréquence des appellations géographiques parmi les catégories de plats dans les menus de 17 restaurants multicuisine de Leh en août 2009



Guerres culinaires, la mobilisation des anti-globalisations

Les restaurants multicuisines en ayant recours à une main d'œuvre étrangère pour un public international sont perçus à raison comme des lieux de la globalisation. Or cette offre de plats du monde entier n'est pas sans rencontrer des limites. Les aliments sont aussi le lieu d'affrontements idéologiques. Certains restaurants revendiquent un positionnement alternatif. Sous l'influence des associations bouddhistes, certains restaurants proposent une cuisine strictement végétarienne comme le *Lamayuru* dont la carte compte néanmoins 327 plats. Un macaron en anglais est collé sur la devanture avec le slogan suivant « *Be veg ! Save the Planet.* ». La *Women's Alliance of Ladakh* qui défend une logique *slow food* fustige les restaurants multicuisine dont l'essentiel des ingrédients sont importés en proposant des espaces de restauration alternatifs, mais dont la clientèle reste faible, en partie du fait de leur manque de visibilité. Certains restaurants revendiquent désormais un ancrage plus local. Le *Leh Café* propose 15 plats présentés comme spécifiquement ladakhis parmi 97. Les 82 autres sont présentés comme chinois, italiens et indiens.

Les boissons alcoolisées sont les aliments qui posent le plus problème. L'obtention d'une licence à alcool est contrôlée par les autorités et nécessite plusieurs mois de démarche administrative. Par ailleurs, certains restaurateurs hésitent à proposer une large gamme d'alcool et plus particulièrement des alcools forts. Le *Pinguin* se contente de servir de la bière, tandis que le *Green land* ne propose que des *mocktails* tout en indiquant que l'alcool est strictement interdit. Ils ne souhaitent pas attirer une clientèle locale de buveurs, notoirement connue pour ses abus et pour sa capacité à générer du désordre. La commercialisation de l'alcool est aussi source de conflits réguliers dégénérant en 2009 autour de Changspa Road. Les restaurants ont été accusés par les associations bouddhistes de créer du désordre et de ne pas respecter la présence de lieux saints. De jeunes militants accompagnés de femmes plus âgées particulièrement vindicatives ont organisé le blocage des restaurants incriminés obligeant les autorités à interdire la commercialisation de l'alcool sur tout l'axe routier. Malgré l'ancienneté et l'autochtonie de certains restaurateurs comme *KC*, ils furent contraints

de se plier aux nouvelles règles, n'arrivant qu'à négocier une tolérance sur les cocktails et certaines préparations à base de spiritueux. Certains gérants comme ceux de l'*Orange Sky* furent relativement respectueux de l'interdiction demandant même aux jeunes qui apportaient de la bière achetée en ville de la consommer à l'extérieur de leur restaurant, d'autres comme *KC* ont continué à proposer des alcools forts plus ou moins accompagnés d'un jus de fruit servi séparément ! Légalement, l'alcool reste cantonné au centre ville. Ainsi, l'*Ibex*, plus connu pour son bar que pour son restaurant, est accolé au *Soma Gompa*, un vaste temple moderne siège de la *Ladakhi Buddhist Association*, et à quelques dizaines de mètres de la grande mosquée shiite.

Il faut donc comprendre cet affrontement comme une remise en cause du modèle des restaurants multicuisines ouverts à l'international et décrié comme une uniformisation portant atteinte à l'identité ladakhie. Le public composé essentiellement de jeunes Occidentaux consommant de fortes quantités de drogue et d'alcool est perçu comme un élément de désordre, voire une souillure. C'est donc le refus d'une certaine forme de tourisme, celui des jeunes adultes itinérants au long cours à la recherche de multiples expériences, même s'il a assuré la mise en tourisme de la vallée. Cette critique de plus en plus véhémente n'est pas à lier seulement à un refus du tourisme mais aussi à l'opportunité d'accueillir de nouvelles catégories plus rentables et moins remuantes que sont les adultes confirmés et les familles.

Conclusion

La complexité gastronomique d'un lieu comme Leh où les horizons culinaires se superposent est à comprendre dans une logique avant tout d'offre répondant à une demande. La diversité des plats proposés est alors révélatrice d'un branchement au Monde. Les mangeurs se partagent entre le désir d'ingérer le pays et de se restaurer au sens premier du terme, soit rétablir un état précédent qui a été altéré. Les espaces de restauration multicuisine avec leur jardin ou leur terrasse constituent une halte revigorante entre deux mises à l'épreuve du corps. Cette situation est pourtant en évolution. En effet, Leh est devenue une destination touristique de plus en plus normalisée. L'époque du tourisme d'aventure laisse place à une station touristique plus classique. Les Ladakhpas investissent de plus en plus dans des hôtels de standing proposant des chambres *semi-deluxe* et *deluxe* avec un restaurant intégré. Ces infrastructures attirent un public beaucoup plus fortuné soucieux d'un niveau de confort plus élevé et d'une offre culinaire plus raffinée comme les touristes indiens qui viennent massivement au mois de mai et de juin, le plus souvent par avion. Alors qu'ils ne représentaient qu'un tiers des visiteurs en 2003, ils constituent plus de la moitié des touristes en 2008. Ils sont dotés d'un pouvoir d'achat beaucoup plus fort, ils privilégient les séjours à l'hôtel pour se reposer et ils réclament une nourriture indienne raffinée en commandant plus occasionnellement des plats internationaux. Certains restaurants ont su saisir ce changement et proposent une nourriture de qualité plus ciblée, comme le *Tibetan Kitchen*. D'autres restaurants de Fort Road s'appuient sur une équipe de cuisinier aux origines variées afin de proposer des plats nationaux de grande qualité. D'autres encore, comme *La Pizzeria*, dont l'offre correspond aux attentes de ce nouveau public n'ont pas encore saisi la nature de ce basculement en ouvrant tardivement et en choisissant un site excentré par rapport aux espaces d'hébergement privilégiés par les Indiens. Enfin, certains gérants de Changspa Road réfléchissent actuellement sur l'opportunité d'avancer leur ouverture en mai et d'investir dans des infrastructures de qualité pour bénéficier de cette nouvelle manne potentielle ou bien de conserver un modèle économique premier, désormais décrié par la population locale.

Bibliographie

- APPADURAI, A., 2001, *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*, Paris : Payot.
CLAVAL, P., 1995, *La géographie culturelle*, Paris : Nathan.
CORBEAU, J-P, POULAIN, J-P, 2002, *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité*, Toulouse : Privat.
EQUIPE MIT, 2002, *Tourisme 1 : Lieux communs*, Paris : Belin.
ETCHEVERRIA, O., FUMEY, G., 2009, *Atlas mondial des cuisines et gastronomies*, Paris : Autrement.
FUMEY, G., 2007, "Penser la géographie de l'alimentation", *BAGF*, 2007-1, p.35-44.
FUMEY, G., 2008, *Géopolitique de l'alimentation*, Auxerre : Editions Sciences Humaines.

« Cuisines du Monde au bout du Monde : le cas de Leh (Ladakh, Inde). », Marcillac V., Moriniaux V., *Les établissements de restauration dans le Monde*. Paris : L'Harmattan (coll. Géographie et cultures), p.245-266.

- GOEURY, D, 2011, "Des *backpackers* aux *company men*. Du tourisme mondial au tourisme national, le cas du Ladakh (Inde)", *Mondes du tourisme*, hors série : Tourisme et mondialisation, septembre 2011, p.219-229.
- LE BRETON, D, 1991, *Passion du risque*, Paris : Editions Métailié.
- MONTANARI, M., PITTE, J-R., 2009, *Les frontières alimentaires*, Paris : CNRS.
- NORBERG-HODGE, E., 2002, *Quand le développement crée la pauvreté. L'exemple du Ladakh*, Paris : Fayard.
- NORBERG-HODGE, E., TODD MERRYFIELD, S., 2005, *Manger local. Un choix écologique et économique*, Paris : Ecosociété.
- POULAIN, J-P., 2002, *Sociologie de l'alimentation*, Paris : PUF.
- RIVZI, J., 1984, *Ladakh : crossroads of High Asia*, New Delhi : Oxford University Press.
-