



Acteurs et effets gastronomiques sur la Route Nationale 7

Kilien Stengel

► To cite this version:

Kilien Stengel. Acteurs et effets gastronomiques sur la Route Nationale 7. Actes du colloque Nationale 7! De la route antique à la route du futur, t.88, 2019, Mémoires de la Société académique du Nivernais. hal-02124033

HAL Id: hal-02124033

<https://hal.science/hal-02124033>

Submitted on 20 May 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.

SOCIÉTÉ ACADÉMIQUE DU NIVERNAIS

Actes du colloque

Nationale 7 !

De la route antique à la route du futur

TOME LXXXVIII

2019



MÉMOIRES
DE LA
SOCIÉTÉ ACADÉMIQUE DU NIVERNAIS

TOME LXXXVIII

2019

Actes du colloque
Nationale 7 !
De la route antique à la route du futur

Tenu à Nevers au Palais ducal les 25 et 26 mai 2018



Société académique du Nivernais
11 bis, rue Gresset
58000 NEVERS

Adresse électronique : societeacad58@yahoo.fr
Association reconnue d'utilité publique par décret du 21 août 1911

Éditeur

Société académique du Nivernais
11 bis rue Gresset, 58000 Nevers

Directeur de la publication

Anne-Marie Chagny-Sève avec le concours
d'Élisabeth Barreau

Maquette

Bernard-Noël Chagny

Impression

Imprimerie Saviard, 58660 Coulanges-lès-Nevers

Dépôt légal : 1^{er} trimestre 2019

ISSN 0181-0561

La publication de ce tome des *Mémoires* a été rendue possible grâce à l'aide du ministère de la culture (Direction régionale des affaires culturelles de Bourgogne-Franche-Comté), de la Ville de Nevers et du Conseil départemental de la Nièvre que nous remercions très vivement.

Textes et illustrations sont publiés sous la responsabilité des auteurs des articles.



Photographie de couverture

Tracé de la Grande route de Paris en Italie

à proximité du lieu-dit Villefranche (58240 Tresnay)

Archives nationales, F¹⁴ 8490, fol. 13

La route des vacances

Session présidée par Jean-Paul Gauthron

Secrétaire général de la Société académique du Nivernais



**Jean-Michel
Roudier**



**Stéphanie
Rabussier-Ringeval**



Marc Combier



Kilien Stengel



Magalie Carton



Thierry Dubois

Acteurs et effets gastronomiques sur la RN 7 !

par

Kilien STENGEL¹

Quand nous profitons d'un repas à l'occasion d'une escale sur la RN 7, nous faisons plus que de manger : nous assimilons une expérience culturelle avec les sens, bien sûr, mais aussi avec le souvenir et la nostalgie d'un autre temps : celui de la patrimonialisation. C'est ce moment recherché, cher à la conquête de nos expérimentations et sensations, qui motive certains d'entre nous à partir à la recherche de l'authenticité de cette route. Ce fait de savourer, l'instant d'une étape, le paysage gastronomique, tout en faisant route sur la Nationale 7, est sans aucun doute une relation très intime avec notre façon de symboliser les moments d'un trajet ou d'une vie.

Nous appuyant sur les représentations symboliques des acteurs et établissements présents le long de la Route bleue, nous portons notre lecture, essentiellement tournée vers le XX^e siècle, sur les effets gastronomiques qui ont construit l'identité culinaire de cet axe routier.

Un bagage historique

Alors qu'au XIX^e siècle, la France agricole est signifiée par des représentations cartographiques diversifiées et foisonnantes², l'Hexagone est représenté à l'époque, sans aucune voie ou panthéon gastronomique identifié comme prépondérant.

1. Après une carrière dans la restauration (*L'espérance* Marc Meneau à Vézelay, *Lameloise* à Chagny, *Auberge des Templiers* sur la RN 7...), puis dans la formation (Paris, Marseille...), il est enseignant à l'Université de Tours (IEHCA), docteur en Sciences de l'information et de la communication, membre de l'équipe CIMEOS (Univ. Bourgogne), et de l'équipe PRIM (Univ. Tours). kilien.stengel@univ-tours.fr

2. Charles Louis Cadet de Gassicourt, *Cours gastronomique, ou les Dîners de Manant-Ville*, Paris, Capelle et Renaud, 1809.

Pourtant, à notre époque, les éléments de lecture du champ gastronomique de l'axe Paris-Provence sont nombreux et variés, et leurs hypothétiques origines le sont tout autant.

L'articulation spatiale de cet axe est soulignée par une lecture vineuse des différentes sous-régions viticoles : Chablisien, Côte de Nuits, Côte de Beaune, Côte mâconnaise, Côte chalonnaise, Beaujolais, Lyonnais, Vallée rhodanienne septentrionale, Vallée rhodanienne méridionale, Provence. L'origine de ces vignobles a profité de fortes activités monastiques et leur prolifération a succédé au développement des axes de dessertes nécessaires au commerce et à l'approvisionnement. Nous pourrions imaginer que la dimension gastronomique de la RN 7 tirerait ses vertus de ce paysage viticole.

L'origine de ce tracé gastronomique pourrait également tirer ses origines de nombreux apports historiques et culturels. On pourrait ainsi imaginer que le voyage de Catherine de Médicis en soit pour quelques potentielles raisons de fond. Sur la RN 7-RN 6, on retrouve les villes suivantes, présentes sur le trajet de mai 1564 : Chalon-sur-Saône, Mâcon, Lyon, Roussillon, Valence, Orange, Avignon, Salon, Aix-en-Provence, Brignoles ; puis La Charité sur le retour en janvier 1566³. Cette section du voyage de Catherine de Médicis rappelle quelque peu l'axiologie et la corrélation avec certains produits marquants de la gastronomie française : artichauts (les violets de Provence, à la barigoule), technique des quenelles de volaille (spécialité lyonnaise, sauce Nantua), crêpines de foie de veau (atriaux et fri-candeaux en Bourgogne), pains d'épices (Bourgogne), nougat (Montélimar), marrons glacés (Privas), frangipane (calissons d'Aix-en-Provence), pâte à chou (gougère bourguignonne), faïence (Nivernais), sorbet (Côte d'Azur).

S'appuyant sur le raisonnement de l'apport monastique, les travaux d'Anthony Rowley de 1997 montrent également que nombreuses sont les implantations de restaurants « trois étoiles Michelin » à correspondre géographiquement avec la présence d'un monastère. Ceci n'est encore qu'un élément de lecture parmi d'autres.

En termes de restauration gastronomique, le mode de lecture des différents territoires bordant la RN 7 peut être observé *via* l'aspect touristique, mesurable par la valeur économique résultante. Mais sur ce point, le modèle de lecture de la qualité gastronomique en France dépend souvent, surtout, au cours du XX^e siècle, de l'utilisation du Guide Michelin⁴.

3. Anthony Rowley (dir.), *Les Français à table, atlas gastronomique de la gastronomie française*, Hachette, 1997.

4. À l'avenir, nous pouvons imaginer que la densité touristique-gastronomique se mesurera par une évaluation numérique et algorithmique, par la visibilité promotionnelle des produits et donc du terroir, ou par le paradigme plus ou moins marqué des « circuits-courts » par exemple.

De même, on voit *via* le tracé du PLM, au début du XX^e siècle, une forte promotion des villes de Saulieu, Vienne ou Valence, préfigurations d'étapes gastronomiques de renom.

En 1997, Rowley dessine une cartographie de restaurants les plus fréquentés par les hommes politiques. Cette carte présente la RN 7 comme un des trois principaux axes à forte densité. Toutefois aucune source des éléments de mesure n'est donnée par cet historien permettant d'analyser cette étude.

Dès les années 1950, le développement touristique de la route du soleil met en exergue certaines villes-étapes, telles que Montélimar, par la signification de produits marqueurs. Ces sites à importance promotionnelle autour de produits gastronomiques se retrouvent, dès 1991, sur une cartographie beaucoup plus diversifiée grâce à l'inventaire de « Sites remarquables du goût »⁵.

Suivez le guide !

La RN 6-RN 7 est identifiée, depuis le milieu du XX^e siècle, comme un axe gastronomique, grâce aux guides touristiques, idéalisant, illustrant et incarnant les lieux, quelquefois à travers certains chefs tels que Dumaine à Saulieu. Les guides touristiques sont les outils de communication matérialisant ce paradigme. Bien sûr, le Guide Michelin est un guide « Made in France » : un pays dont la population a été éduquée pendant des siècles pour apprécier et raffiner ce qu'elle porte à sa bouche. Les Français sont véhiculés par ce plaisir, où qu'ils se trouvent, et c'est de cette occupation que Michelin tire ses origines.

À sa naissance, en 1900, bien avant l'ère de la géolocalisation et des GPS, le Guide Michelin a pour objectif d'informer les conducteurs des garages présents sur la route et des bonnes auberges où se sustenter. On peut observer que les premières étoiles distribuées à cette époque, pour signifier une forme de sélection-classification, sont situées essentiellement à la frontière espagnole sur toute la longueur des Pyrénées, au bord de la Manche et sur le Massif alpin. Ces implantations se justifient par la nécessité frontalière et le développement du thermalisme.

À la création du modèle « trois étoiles Michelin », entre 1935 et 1939 (fig. 1), on peut observer une dispersion frontalière et l'origine de la création de l'axe routier Nationale 7 avec une densité de 22 restaurants 3 étoiles sur la RN 7 (10 à Paris, 12 en Province) et 12 autres restaurants 3 étoiles éparpillés dans le reste de l'hexagone. Parmi ces 22 établissements présents sur la RN 7, on peut trouver les enseignes suivantes : George V, Plaza Athénée, Fouquet's, Dumaine (Saulieu), la Mère Bourgeois (Priay), Pic (Valence), Point (Vienne), Miramar (Marseille), La Réserve (Beaulieu)⁶.

5. Label ministériel.

6. Jean-François Mesplède, *Trois étoiles au Michelin*, Gründ, 1998.

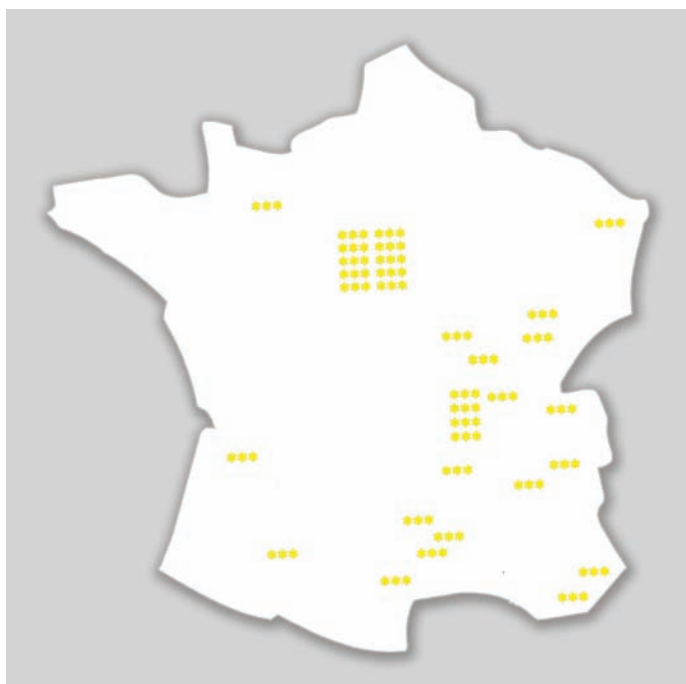


Fig. 1 : Restaurateurs étoilés Michelin entre 1935-1939

De 1951 à 1964 (fig. 2), le nombre de restaurants 3 étoiles est proportionnellement très imposant : 13 établissements sur le vecteur RN 7 (6 à Paris et 7 en Province) pour 1 seul hors RN 7. Cette distribution géographique confirme la légitimité gastronomique de la Nationale 7. On y trouve ainsi à cette époque les étapes suivantes : Paris (Café de Paris, Tour d'argent-Terrail, Lapérouse, Grand Véfour-Oliver, Maxim's, Lasserre), Avallon (La Poste), Saulieu (Côte d'or-Du-maine), Lyon (Mère Brazier), Vienne (Pyramide-Point), Baux (Baumanière-Thulier), Noves (Petite Auberge-Lalleman), Antibes (Bonne auberge-Baudoin).

À cette époque, les relais et hostelleries ont pignon sur rue, et sont les principaux acteurs et lieux de valorisation du patrimoine gastronomique. Des clubs de dégustateurs routiers, ou prêts à faire beaucoup de kilomètres pour uniquement aller « se taper un bon gueuleton », naissent à Paris et en Province : « Touring club », « Club des Cents » ; quelquefois des clubs avec une aire géographique restreinte tel que « La Gigouillette »⁷ dans les Vaux d'Yonne. Dans ces clubs, des personnes de classes sociales variées se réunissent lors d'un banquet chez un restaurateur et lui offre un diplôme d'honneur (une distinction très recherchée par les restaurateurs jusqu'à la fin du XX^e siècle).

7. Kilien Stengel, *Aide alimentaire : colis et repas philanthropiques. Histoire de la Gigouillette 1934-2009*, L'Harmattan, coll. Historique, série travaux scientifiques (dir. B. Pequignot et D. Rolland), Paris, 2012.

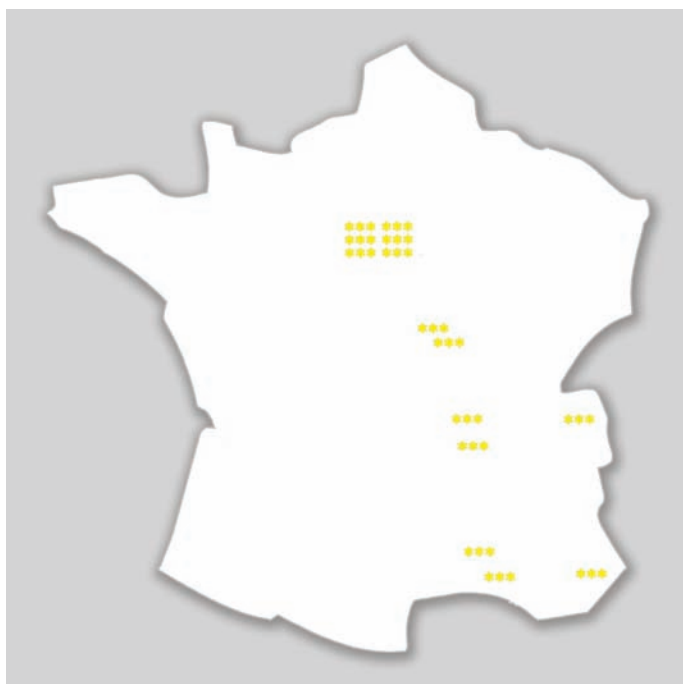


Fig. 2 : Restaurateurs étoilés Michelin entre 1951-1964

Le paradigme de la route gastronomique s'intensifie. Les relais deviennent des étapes. Les « établissements étapes » font naître les « villes étapes » avec un fort enjeu touristique.

La signalétique routière inclut alors les restaurants dans sa logistique, et le nom de « Paul Bocuse » est présenté aux abords de Collonges-au-Mont-d'Or avec les mêmes panneaux d'affichage que ceux destinés à la circulation routière⁸.

Les restaurants n'hésitent pas à cette époque à utiliser la RN 7 comme un argument de vente, afin de correspondre au besoin social. Pour exemple, la publicité de l'Hôtel Pic à Valence, dessiné entre Paris et la Côte d'Azur, affiche pour slogan « Hôtel Pic-Valence-le relais gastronomique de la RN 7 ».

La RN 7 fut également utilisée par les intellectuels à l'imagination débordante. Raymond Dumay, professeur et écrivain, imaginait, en 1969, la carte des hôtels et restaurants étoilés des futures années 1980⁹. Entre les anticipations et la réalité, l'écart vérifie qu'en gastronomie aussi les prévisions des experts sont souvent démenties. Car il avait bien imaginé la pérennité de la colonne vertébrale

8. Nous connaissons dans les années 1980-1990 un effort routier du même acabit à Vonnas dans l'Ain, où une bretelle autoroutière sera conçue uniquement pour l'avènement du restaurant Georges Blanc.

9. Raymond Dumay, *De la gastronomie française*, Table ronde, 1969.

RN 7, mais avait surestimé les éventuels étoilés Michelin entre Paris et la Bourgogne (Seine-et-Marne essentiellement). Cette zone non réalisée se justifie par le fait que l'automobiliste n'a nullement besoin de faire une pause durant les premières heures de route en direction du Grand Sud.

De 1965 à 1987 (fig. 3), la distribution géographique confirme encore la légitimité gastronomique de la RN 7. On trouve ainsi à cette époque : 10 restaurants 3 étoiles à Paris, 16 restaurants 3 étoiles sur la continuité de la RN 7 dont 7 en région lyonnaise, et 5 restaurants 3 étoiles hors RN 7.

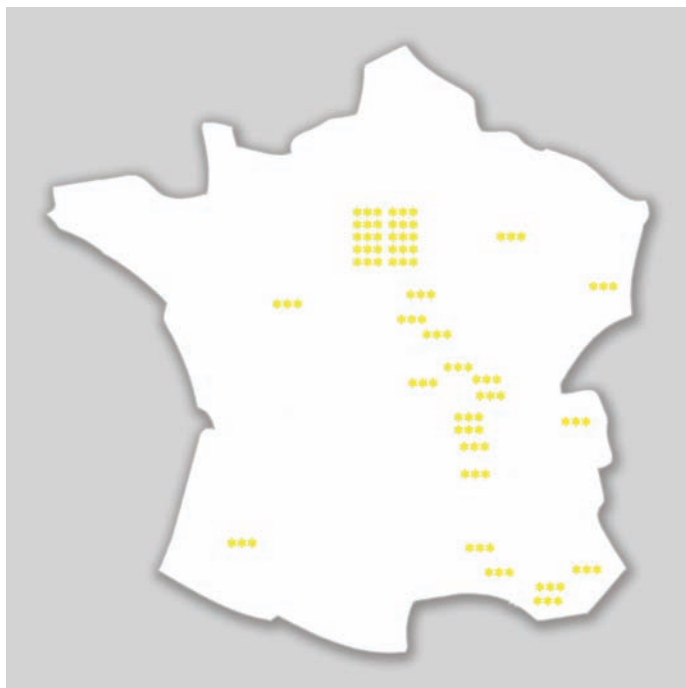


Fig. 3 : Restaurateurs étoilés Michelin entre 1965-1987

Ce renforcement lyonnais, qui donnera naissance à la représentation de « Lyon capitale gastronomique » largement utilisée par la suite à des fins promotionnelles du territoire, provient de la forte présence à l'époque de « mères cuisinières¹⁰ » essentiellement « mères lyonnaises » (4 mères à Lyon et 6 autres en vallée du Rhône), pour 16 autres disséminées dans le reste de la France¹¹.

10. Le surnom de mère, dans la restauration dans certaines régions de France, notamment à Paris, Royat, Lyon, Pont-Aven et dans l'Ain, est parfois utilisé pour désigner des femmes tenant un restaurant, et de là le nom du restaurant, qui est dans certaines régions devenu un genre à part. Ce développement de cheffes cuisinières est dû démographiquement aux pertes de la Seconde Guerre mondiale.

11. A. Rowley, *Les Français à table...*

De 1988 à 1998 (fig. 4), la Bourgogne concurrence largement le Lyonnais quant à la représentativité gastronomique sur l'axe RN 7. On trouve ainsi 7 restaurants 3 étoiles à Paris, 7 restaurants 3 étoiles en Bourgogne, 3 restaurants 3 étoiles sur la Côte d'Azur, et 7 restaurants 3 étoiles hors RN 7.



Fig. 4 : Restaurateurs étoilés Michelin entre 1988-1998

En termes de compétitivité communicationnelle, l'union faisant la force, six chefs trois étoiles de Bourgogne (Jean-Pierre Billoux, Georges Blanc, Jacques Lameloise, Michel Lorain, Bernard Loiseau, Marc Meneau) se réunissaient dans un ouvrage collectif en 1982¹² pour faire valoir un paradigme gastronomique de leur territoire.

Michelin n'est pas le seul guide à faire de la RN 7 un axe gastronomique. La Route bleue fut valorisée à destination des vacanciers par le Guide Bleu, le guide Touring club, le guide Joanne, ou encore le guide Maif. Pour la nécessité des transporteurs routiers, il existe le Guide des Routiers. Et pour la nécessité du conducteur amateur averti de bonne chère, le Guide Michelin est concurrencé par le Guide Relais & Châteaux (créé dans les années 1950), et le guide Gault et Millau (création 1972).

12. Collectif, *Les six grands cuisiniers de Bourgogne, recettes d'hier et d'aujourd'hui*, préface de Bernard Pivot, J.-C. Lattès, 1982.

En 1988, les « restaurants de cuisine inventive », cités par le Guide Gault et Millau (classés 3 ou 4 toques, notés 17.5 à 19.5/20), sont éparpillés dans toute la France ; mais la « région parisienne » et une formation territoriale en L suivant la Loire et la RN 7 ressortent nettement de la cartographie¹³.

Le guide Relais et Châteaux est né à partir des années 1950. En 1954, huit hôtels de la route Nationale 7 fondent les « Relais de Campagne » avec pour slogan « la Route du Bonheur » : l'Auberge des Templiers, l'Hôtellerie du Moulin des Ruats (Avallon), l'Hostellerie du Chapeau Rouge (Dijon), l'Hôtellerie La Roseraie, l'Hôtel de Baix - Hôtellerie La Cardinale (près de Privas), la Petite Auberge, le Château de Meyrargues (Aix-en-Provence), l'Hostellerie du Monastère royal de l'Abbaye de La Celle. Le nom « Relais & Châteaux » fait son apparition en 1975 avec l'arrivée au sein de l'association des Frères Troisgros (Roanne 42), de Jo Olive-reau (La Tortinière) en Touraine et des palaces parisiens, qui viendront par la suite prendre plus de place dans ces guides que les établissements provinciaux.

RN 7, un support publicitaire

Sur la RN 7, les établissements de restauration sont utiles pour renseigner sur la route et la route communique sur les établissements de restauration : un « *B to B* » commun à l'apogée de la RN 7.

Les restaurants portant des noms attachés à la route (exemple « Les 200 bornes », à Pouilly-sur-Loire) sont des indicateurs informationnels.

Le paradigme de la RN 7 gastronomique a également trouvé son envol à l'international. La Nationale 7 s'utilise comme un atout marketing, devient une valeur d'excellence et s'exporte. Ainsi on peut trouver à Athènes, par exemple, un restaurant utilisant le terme « Route Nationale 7 / cuisine + winebar », créant une forme de spécificité, de typicité et d'authenticité. « L'authenticité est signalée par l'économie des transactions entre le lieu qui produit les aliments et la table où ils sont consommés » nous dit Michel Onfray¹⁴. En passant sous silence ses détracteurs qui observent des points de vue économiques, touristiques ou paysagers, l'argument de l'authenticité de ces territoires traversés passe pour une vérité absolue. Si le consommateur a autant besoin d'une explication concrète, pratique et culinaire, du potentiel d'authenticité et d'identité territoriales de ce qu'il mange, comme d'une représentation théâtralisée, c'est que l'information est sur les routes source d'imaginaire. L'authenticité gastronomique d'un territoire est le reflet d'une époque. Sur la RN 7, la représentation de l'authenticité territoriale culinaire ressemble à une forme de résistance voulant défendre le produit originel et patrimonial.

Pour anecdote, on trouve ainsi de nombreuses publicités peintes sur les pignons des maisons bordant la RN 7, soulignant tantôt des lieux de restauration

.....
13. A. Rowley, *Les Français à table...*

14. Michel Onfray, *Le ventre des philosophes : critique de la raison diététique*, Grasset, 1989.

ou d'hébergement, tantôt des marques de produits alimentaires, gastronomiques ou de spiritueux. Ces publicités valent également pour les appellations de vins, qui ont donné lieu à la création de « routes viticoles » (même si la valorisation du vin au bord de la route est un contre-sens avec la sécurité routière).

Aujourd'hui la gastronomie fait sa promotion *via* des labels de qualité ou des labels territoriaux, tels que le label Unesco. Ainsi parmi les quatre villes classées « Cité de la gastronomie » dans le cadre de l'inscription du « Repas gastronomique des Français » sur la liste représentative du patrimoine culturel de l'humanité, trois villes (Paris, Dijon et Lyon) sont présentes sur l'axe RN 7, Beaune va devenir une « Cité touristique du vin », et un projet de « Vallée rhodanienne de la gastronomie » est en cours de réflexion du côté de Valence. Alors, pourquoi ne pas imaginer un jour une inscription de la RN 7 à l'Unesco, tellement son paradigme culinaire est déjà souligné dans différentes démarches et différents ouvrages¹⁵.



Conclusion

S'il existe un pays au monde où manger et culture sont authentiquement liés, c'est bien, entre autres, la France, « un pays où l'art, social par excellence, du bien-manger a atteint la perfection », nous dit Jacques Kother dans *La mémoire du ventre*¹⁶. L'authenticité du « bien-manger à la française », bien qu'elle n'existe pas concrètement car ayant une représentation différente pour chaque individu,

15. Clémentine Donnaint, Élodie Ravaux, *Nationale 7 : 50 recettes mythiques de Paris à Menton*, Hachette, 2013.

16. Jacques Kother, *La mémoire du ventre, histoire de la gourmandise française : suivie de Recettes anciennes et de La bibliothèque du gourmand*, Société française du livre, 1964.

est avant tout envisagée comme charnelle et symbolique. Perico Légasse, chroniqueur gastronomique au journal *Marianne*, et défenseur depuis bien longtemps de l'authenticité de la gastronomie française, fut parmi ceux, avec Jean-Pierre Coffe, à s'insurger contre le « diktat d'un snobisme culinaire » de la gastronomie parisienne en *versus* des traditions provinciales. Un diktat, qui *a fortiori* laisserait transparaître dans les plats préparés un goût traditionnel et authentique. L'authenticité de la « cuisine régionale », synonyme de « monument gastronomique » mêle l'histoire, la géographie et la culture populaire. Mais doit-on exclusivement s'en tenir au bon traditionnel, authentique, originel, au risque d'empêcher la créativité culinaire et régionale ?

La grande pluralité des représentations gastronomiques sur la RN 7 est *in fine* soumise, selon l'expression fameuse de Daniel Halévy, « à l'accélération de l'histoire » qui, en dernière analyse, est celle du progrès technique qui les affecte à des degrés divers. Le côté authentique de la RN 7 gastronomique deviendra peut-être, pour presque tous les habitants, domiciliés sur cet axe, comme de France, une terre de mémoire, une histoire et une représentation unique.

Aujourd'hui comme hier, on trouve toujours une opposition de deux paradigmes gastronomiques : Paris avec ses palaces et ses chefs médiatiques¹⁷ proches des productions de télévision, et la Province avec ses traditions, le terroir et les auberges.

La RN 7 était le lien qui réunissait Paris et certaines provinces¹⁸. Est-elle réellement arrivée à les unir ou au contraire a-t-elle accentué la concurrence et les divergences ? ■

17. Kilien Stengel, « Paroles de chef : modèles communicationnels d'une organisation professionnelle », dans *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 9, 2016.

18. Kilien Stengel, « Le chef de cuisine est un produit touristique : Focus sur Marc Meneau, le cuisinier des champs devenu "sain père" de Vézelay », dans *Revue ESPACES* n° 320. *Approche expérientielle et tourisme - Le "nouveau" tourisme gastronomique*, éditions touristiques européennes, 2014, pp.118-123.