



HAL
open science

Goût de France/Good France, un menu “à la française”

Kilien Stengel

► **To cite this version:**

Kilien Stengel. Goût de France/Good France, un menu “à la française”. Bruno Laurioux; Kilien Stengel. Le modèle culinaire français, Presses Universitaires François Rabelais, pp.145-170, 2020, Tables des Hommes, 978-2-86906-790-5. hal-03546099

HAL Id: hal-03546099

<https://hal.science/hal-03546099>

Submitted on 28 Oct 2022

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.

Goût de France/Good France, un menu « à la française »



Kilien Stengel

Six semaines avant le colloque tourangeau « Modèle culinaire français : diffusion, adaptations, transformations, oppositions à travers le monde¹ », soit le 22 octobre 2014, Laurent Fabius, alors ministre des Affaires étrangères et du Développement international, annonce devant le Conseil pour la promotion du tourisme – qu’il préside – le lancement de la campagne « Goût de France/Good France ». Alain Ducasse, parrain de l’opération 2015, accompagné d’autres chefs présents², apporta ensuite les arguments explicatifs de cette campagne, et le Conseil, sous la coprésidence de l’ambassadeur de France Philippe Faure³, adopta le projet en novembre 2014.

Cette campagne promotionnelle a initialement pour ambition de mettre en lumière le « Repas gastronomique des Français » inscrit par l’Unesco depuis 2010 sur la liste des éléments représentatifs du patrimoine culturel immatériel de l’humanité⁴, et de valoriser les traditions culinaires françaises dans leur ensemble. L’opération doit se décliner en des dîners

-
1. Colloque « Modèle culinaire français : diffusion, adaptations, transformations, oppositions à travers le monde (XVII^e-XXI^e siècles) », IEHCA, Tours, 2014, <http://iehca.eu/sites/default/files/ged/Colloque%202014.pdf>.
 2. Guy Savoy, chef du « Restaurant Guy Savoy-Monnaie de Paris » et Guy Martin, chef du restaurant « Grand Véfour », tous les deux à Paris.
 3. Philippe Faure a été, par la suite, élu président d’Atout France au Conseil d’Administration du 19 novembre 2014.
 4. Pour le cadre réglementaire du PCI, voir Unesco, *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, article 2, Définition, 2003, p. 2. Concernant spécifiquement

d'exception, tenus dès 2015 à une unique date printanière et simultanément servis aux quatre coins du monde par plus de 1 000 chefs et dans toutes les résidences des ambassadeurs français. L'inscription du Repas gastronomique des Français à l'Unesco traduit à elle seule la volonté du gouvernement de promouvoir le bon goût du repas et de la cuisine française, jusqu'à les inscrire dans un cadre officiel et patrimonial, et c'est bien dans cet axe que Goût de France/Good France entend mettre en scène une série d'opérations pour valoriser la gastronomie et « l'art de la bonne chère ».

D'autres noms sont donnés couramment au repas qualifié de « gastronomique », un terme qui renvoie, dans la langue française, à la culture populaire du bien manger et du bien boire : repas festif, festin, banquet, gueuleton, *bonne bouffe* (dans les jeunes générations) où se pratique « l'art de la bonne chère ».⁵

Le sujet de cette étude concerne la mise à jour d'un événement international, qui met en avant le modèle culinaire français et appuie son argumentaire sur le concept du Repas gastronomique des Français, comme stéréotypes de la qualité. Les polysémies du titre de l'événement, des représentations qu'il diffuse, comme des argumentations utilisées, sont analysées par leurs dimensions communicationnelles et organisationnelles.

Nous appuyant sur un corpus de communiqués de presse, l'étude de ce phénomène événementiel, dans le cadre du discours promotionnel, nous a donné un éclairage sur la variabilité des paradigmes de la gastronomie française.

La méthodologie exploratoire choisie s'appuie sur une étude des prescripteurs œuvrant à la valorisation de cet événement, comme des méthodes et outils utilisés pour sa promotion. Ce processus a permis de souligner la production discursive et de mettre en exergue que chaque étude empirique est révélatrice d'ambiguïtés avec une logique de diffusion d'un concept.

Nous abordons ce sujet en observant l'évolution de cet événement, année après année.

le patrimoine alimentaire, voir Hannequart I. (dir.), *Les Lois de la table. Le droit du patrimoine alimentaire*, Tours, PUF, coll. « Tables des Hommes », 2020.

5. *Dossier de candidature n° 00437 pour l'inscription sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel*, Comité intergouvernemental de sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, 2010, p. 5.

Le projet

Inspirée par les « Dîners d'Épicure » qu'Auguste Escoffier lança en 1912⁶ – le même menu, le même jour, dans plusieurs villes du monde et visant autant de convives que possible –⁷, l'opération Goût de France/Good France s'inscrit dans une stratégie de promotion du tourisme en France et notamment par la gastronomie et les vins, menée par le Quai d'Orsay avec à sa tête Laurent Fabius, alors ministre à la fois des Affaires étrangères, du Tourisme et du Commerce extérieur. Pour cela, le ministre entend promouvoir la question du tourisme auprès du Premier ministre et du président de la République, grâce notamment au nouveau Conseil de la promotion du tourisme. Le but affiché par les responsables de ce Conseil est en effet d'améliorer l'accueil des touristes étrangers, jugé globalement médiocre dans de nombreuses études⁸.

Le Conseil pour la promotion du tourisme se réunit tous les mois, autour de six chantiers d'étude : gastronomie et œnologie ; destinations et marques ; numérique, média et communication ; hôtellerie ; tourisme d'affaires et shopping ; enfin, accueil et formation. Pour le chantier « gastronomie et œnologie⁹ », les rapporteurs sont les chefs cuisiniers Alain Ducasse, Joël Robuchon et Guy Savoy.

C'est précisément afin de promouvoir en France le tourisme gastronomique et l'œnotourisme, comme les savoir-faire d'excellence, les valeurs d'innovation et la diversité de la gastronomie française, que les dîners de tradition française organisés par Goût de France ont pour caractéristique d'être servis dans des restaurants de catégories variés. Les restaurants sont invités à candidater quatre mois en amont, sur le site www.goodfrance.com, en établissant un menu à thème autour de la gastronomie française ; ils s'engagent à utiliser des produits frais, de saison et issus du terroir local. Un Comité international de chefs, présidé par le chef cuisinier et chef d'entreprise Alain Ducasse, valide les candidatures et sélectionne la liste des restaurants participants. Les chefs présents dans ce comité de sélection étaient à

6. « *Goût de France – Good France sera lancé le 19 mars 2015 – 1 500 restaurants proposeront un "Dîner Français"* », Food & Sens by les frères Pourcel, 6 septembre 2014 [en ligne].

7. Si leur forme, leur objectif (promouvoir la cuisine française) et leurs acteurs (les chefs) sont bien les mêmes que ceux de « Goût de France », les « Dîners d'Épicure » étaient en fait un moyen pour Escoffier de lancer sa « Ligue des Gourmands » : Boucher J.-M., *Auguste Escoffier. Préceptes et transmission de la cuisine de 1880 à nos jours*, Paris, L'Harmattan, coll. « Questions alimentaires et gastronomiques », 2014 ; James K., *Escoffier: the King of Chefs*, Londres, Bloomsbury, 2002, p. 228-220.

8. « Le projet Goût de France/Good France », 02/12/2014, <https://bg.ambafrance.org/Le-projet-Gout-de-France-Good>.

9. Rappelons toutefois que « l'œnologie » est une science fondamentale appartenant à la phase de viticulture, à ne pas confondre avec la valorisation des « crus des vins ».

Composition du Conseil pour la promotion du tourisme du 22 octobre 2014 *

Sébastien Bazin (Pdg d'Accor), Antoine Cachin (président de l'Institut français du tourisme), Roland Héguy (président de l'UMIH), Didier Chenet (coprésident du Groupement national des indépendants), Christian Mantei (Dg d'Atout-France), Frédéric Pierret (président d'Alliance), Augustin de Romanet (président d'ADP) et Serge Trigano (Pdg de Mama Shelter). À leurs côtés siègent les personnalités des médias comme la journaliste Julie Andrieu, Marie-Christine Saragosse (présidente de France Médias Monde, RFI et France 24) et Isabelle Giordano (présidente d'Unifrance Films), ainsi que les acteurs socio-économiques Caroline Lebranchu (Pdg des conserveries La Belle-Îloise), Catherine Pégard (présidente du Château de Versailles), Christophe Navarre (président de la Fédération des vins et spiritueux), ou encore le chef Guy Savoy. Côté politiques, siègent Luc Carvounas (sénateur-maire d'Alfortville), Gérard Collomb (sénateur-maire de Lyon), Anne-Marie Descôtes (Dg de la mondialisation et des partenariats au MAE), Pascale Faure (Dg des entreprises au ministère de l'Économie), Pascale Got (députée de la Gironde, présidente du groupe d'études Tourisimes à l'Assemblée nationale), Anne Hidalgo (maire de Paris), Nicolas Mayer-Rossignol (président de la région Haute-Normandie), Didier Quentin (député-maire de Royan). Présidé par Laurent Fabius, le Conseil a comme président délégué l'ambassadeur Philippe Faure.

* Source : Soubes S., « Laurent Fabius conforte son image de "capitaine" du tourisme », l'Hôtellerie, 5 septembre 2014 <https://www.lhotellerie-restauration.fr/journal/salon-concours-syndicat-association/2014-09/laurent-fabius-conforte-son-image-de-capitaine-du-tourisme.htm> ; et *Rapport du Conseil pour la promotion du tourisme du 22 octobre 2014*, www.diplomatie.gouv.fr.

l'époque : Paul Bocuse (France), Raymond Blanc (Royaume-Uni), Thomas Keller (États-Unis), Kiyomi Mikuni (Japon), Paul Pairet (Chine), Joël Robuchon (France), Nadia Santini (Italie) et Guy Savoy (France). Le choix du comité s'appuie sur les critères suivants¹⁰ : réaliser un menu intégrant le modèle du Repas gastronomique des Français avec a minima une entrée, un plat et un dessert ; produire des recettes avec peu de sucre, de sel et de gras ; respecter le « bien manger¹¹ » et l'environnement.

10. Ministère des Affaires étrangères, « Le projet Goût de France/Good France », *La France à l'Unesco. Délégation permanente de la France auprès de l'Unesco*, publié le 21 novembre 2014, <https://unesco.delegfrance.org/Le-projet-Gout-de-France-Good>.

11. Pinay-Rabaroust F., « 1000 chefs à travers le monde mettront à l'honneur la gastronomie française en mars 2015 », *Atabula*, 29 octobre 2014, repris de AFP

On voit donc que le projet « Goût de France » répond en réalité à plusieurs objectifs. Il s'agit d'abord de promouvoir le tourisme, en mettant en valeur l'innovation : ce dîner, avec une visibilité mondiale, est susceptible d'envoyer vers l'étranger un signe fort sur l'attractivité de la France, à travers le dynamisme et la créativité des chefs. Mais il s'agit aussi de porter haut les couleurs de la cuisine française, tout en respectant l'environnement et une alimentation saine et équilibrée, avec un message de modernité. Au XXI^e siècle, la cuisine française est sans cesse plus pluriculturelle, de décennie en décennie, favorisant le métissage, et donnant lieu à des créations de pizza au cassoulet, pizza au roquefort, de couscous au foie gras¹², de tagliatelle verdi au foie gras, de paella au foie gras...

La cuisine française ne s'impose plus de façon hégémonique sur la scène culinaire mondiale – comme le manifestent, entre autres, les résultats des chefs français dans de nouveaux classements internationaux¹³ ; si les cuisiniers participants ne renoncent pas à leur propre tradition culinaire, l'opération Goût de France/Good France leur propose de la marier avec la cuisine française. Enfin, le dernier objectif de cette opération est de promouvoir l'excellence autour d'un repas convivial et accessible à tous les budgets. Ce « message d'excellence » combine vitalité, modernité et responsabilité¹⁴ : la cuisine devient la vitrine de valeurs positives pour la France avec une dimension chaleureuse associée aux plaisirs de la table ; une cuisine faite elle-même de produits frais, de saison et issus du terroir local, et réalisée avec moins de gras, de sucre et de sel ; une cuisine enfin pour toutes les bourses, qui se déploie du bistrot à la grande table.

Les chefs étrangers participants sont encouragés, plutôt qu'à l'ignorer, à mélanger leur propre culture culinaire à celle de la France¹⁵. Afin de promouvoir ces vertus, l'événement Goût de France/Good France profite d'un plan de communication international mis à leur disposition avec le soutien actif

Relaxnews, <https://www.atabula.com/2014/10/29/1-000-chefs-a-travers-le-monde-mettrent-a-lhonneur-la-gastronomie-francaise-en-mars-2015/>.

12. Stengel K., Debbabi-Missaoui S. (dir.), *La cuisine du Maghreb, n'est-elle qu'une simple histoire de couscous ?* Paris, L'Harmattan, coll. « Questions alimentaires et gastronomiques », 2020.
13. Contrairement aux années 1970-1980 durant lesquelles les chefs français profitaient seuls du haut du podium, de nos jours des chefs du monde entier gagnent une belle réputation dans la pratique de leur art culinaire. Les différents guides touristiques soulignent chaque année cette internationalisation.
14. « Goût de France 2016, c'est parti ! », <https://quebec.consulfrance.org/Gout-de-France-2016-c-est-parti>, publié le 30 janvier 2016.
15. « Goût de/Good France will celebrate French gastronomy in various locations worldwide on March 19, 2015 », <http://us.france.fr/actualites/gout-france-good-france-projet>, publié en septembre 2014, consulté le 18 mai 2018.

des ambassades françaises, d'Atout France et des partenaires médias, France Media Monde, TV5 Monde et JCDecaux.

L'ensemble des discours de promotion de Goût de France/Good France et ses communiqués de presse font apparaître le souci de mettre le Repas gastronomique des Français à l'honneur. Rappelons que la définition qui est donnée de cet élément dans le dossier de candidature validé par l'Unesco souligne qu'« il se déroule toujours selon les mêmes rites, entre autres, [...] s'approvisionner en bons produits ». Mais les bons produits attachés au rite du bon repas ne sauraient être définis d'une manière universelle et absolue, chaque pays, chaque société, chaque communauté redéfinissant sa notion de qualité¹⁶ et disposant d'approvisionnements très variables.

Une certaine représentation du Repas gastronomique des Français

Contrairement à ce qui est souvent dit et écrit, l'inscription du *Repas gastronomique des Français*¹⁷ au patrimoine culturel immatériel de l'humanité¹⁸ ne doit pas être confondue avec l'obtention d'un label de qualité en matière alimentaire. Il s'agit de reconnaître que la communauté des Français – dans toute sa diversité – adhère aux principes et pratique les usages caractéristiques d'un type de repas que l'on qualifie de « gastronomique ». En font donc partie l'ordre des mets, la décoration de la table, la volonté d'accorder plats et vins, et enfin la recherche des meilleurs produits. Le processus d'inscription sur la liste n'aboutit en rien à une muséification, puisque l'on doit au contraire démontrer que l'élément à inscrire est recréé tous les jours et en tous lieux avec la recherche de « savoir-faire culinaires », de « l'art de bien manger et de bien boire », de « partager le plaisir du goût » et de transmettre

16. Stengel K., « Modèles du bon et concepts du bien manger », *Revue des sciences sociales*, n° 54, 2015, p. 168-173.

17. Chevrier F. et Bienassis L. (dir.), *Le Repas gastronomique des Français*, Paris, Gallimard, 2015.

18. Cf. la définition de cette notion que donne la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel (2003) : « On entend par "patrimoine culturel immatériel" les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire – ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés – que les communautés, les groupes et, le cas échéant, les individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel. Ce patrimoine culturel immatériel, transmis de génération en génération, est recréé en permanence par les communautés et groupes en fonction de leur milieu, de leur interaction avec la nature et de leur histoire, et leur procure un sentiment d'identité et de continuité, contribuant ainsi à promouvoir le respect de la diversité culturelle et la créativité humaine. »

un « goût français classique ». Dans son rapport sur *La France et la mondialisation*, rendu en 2007 au chef de l'État, le diplomate et ancien ministre Hubert Védrine écrit :

La France a intérêt [sous-entendu pour ne pas être distancée dans la mondialisation] à entretenir et mieux exploiter l'image de culture, de créativité et de qualité, capital « immatériel » de la France : ce qui englobe à la fois l'attractivité du territoire, les marques françaises du luxe, le savoir-faire technique, le design, l'architecture, la qualité des services, la gastronomie, le vin, etc.¹⁹

Développer et valoriser l'image culinaire du pays constitue donc un enjeu de taille : rien moins que de renforcer l'attractivité touristique de la France tout comme son potentiel économique. Or, le Repas gastronomique des Français en tant qu'élément inscrit au Patrimoine culturel immatériel de l'Unesco – et comme les autres éléments inscrits dans cette rubrique – ne prend pas explicitement en compte cette dimension économique et politique²⁰. Il ne se limite évidemment pas à la cuisine étoilée, il intègre également le repas familial. Il s'agit aussi de fédérer tous ceux qui rendent la cuisine « bonne » notamment en proposant des produits de qualité, exigence que soulignait déjà le cuisinier Prosper Montagné (1865-1948) dans sa devise : « On ne fait du bon qu'avec du très bon !²¹ ». Il s'agit bien ici comme point commun entre le Repas gastronomique des Français et l'opération Goût de France/Good France de la volonté de participer à une meilleure diffusion du patrimoine culinaire et de mettre en valeur le savoir-faire des producteurs et restaurateurs.

Les révolutions culturelles, et peut-être l'accélération de l'histoire, ont renforcé le besoin de sauvegarder, dans un premier temps, les bâtiments²² ou les paysages remarquables, puis les savoirs²³, et enfin parmi ceux-ci les savoir-faire transmissibles – en une sorte de dilatation continue de la notion de

19. Védrine H., *Rapport pour le président de la République sur la France et la mondialisation*, 4 septembre 2007, p. 14.

20. Csergo J., *La Gastronomie est-elle une marchandise culturelle comme une autre ? La gastronomie française à l'Unesco*, Chartres, Menu Fretin, 2016.

21. Cité dans les statuts, et en conclusion de tous les courriers, de l'association Club Prosper Montagné, créée en 1950.

22. Leniaud J.-M., *Les Archipels du passé. Le patrimoine et son histoire*, Paris, Fayard, 2002.

23. On connaît la phrase de Leibniz : « ce très précieux patrimoine du genre humain qui consiste dans les richesses de l'esprit » ; citée par Waquet F., « Le savoir comme patrimoine du genre humain », Poulot D. et Grange D. J. (dir.), *L'Esprit des lieux. Le Patrimoine et la Cité*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1997, p. 37-45.

patrimoine²⁴. C'est au terme de cette trajectoire que s'inscrivent les patrimoines alimentaires et culinaires²⁵ et plus spécifiquement gastronomiques²⁶, dans la mesure où ils conjoignent le naturel et le culturel.

Mais la valeur gastronomique d'un « bon repas » ne fait pas uniquement référence à un statut culturel. Cette valeur se distingue également en fonction des différents niveaux de qualité exprimés dans la prestation : qualité visuelle et esthétique, qualité organoleptique, qualité hygiénique, qualité nutritionnelle, qualité technique, qualité de service, etc.

Le repas est le reflet d'une époque alimentaire ou culinaire. En France, la représentation du « bon repas » préparé à partir de « bons produits » ressemble à une forme de résistance voulant défendre le produit « authentique » et culturel. Le projet Goût de France/Good France a justement pour ambition, entre autres, d'être une illustration concrète du repas gastronomique des Français, élément culturel par excellence²⁷.

Dans le cadre de cette opération, les restaurateurs sélectionnés doivent élaborer un menu contenant : 1° un apéritif de tradition française ; 2° une entrée froide et une entrée chaude ; 3° un poisson ou crustacé et une viande ou volaille ; 4° du fromage français ; 5° un dessert au chocolat ; 6° des vins français et un digestif français. On a là un menu tout à fait conforme à la définition du Repas gastronomique des Français, telle qu'elle a été enregistrée dans la liste des éléments représentatifs du patrimoine culturel immatériel de l'humanité : « Il s'agit d'un repas festif au cours duquel les convives pratiquent, pour cette occasion, l'art du "bien manger" et du "bien boire"²⁸. »

À l'occasion de ce repas, l'accent est mis sur l'achat de produits de qualité, de préférence locaux, et au sein des ambassades, un point d'honneur

24. Poulot D., « Le patrimoine universel : modèle culturel français », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, vol. 39, 1992, p. 29-55 ; Desvallées A., « De la notion privée d'héritage matériel au concept universel et extensif de patrimoine : retour sur l'histoire et sur quelques ambiguïtés sémantiques », *actes du colloque Médias et Patrimoine. Le rôle et l'influence des médias dans la construction d'une mémoire collective*, Québec, Université Laval, Institut sur le patrimoine culturel, 2003, p. 19-35, <http://escales.enfa.fr/files/2009/07/Desvall%C3%A9es-patrimoine.pdf>.

25. Bienassis L., « Les patrimoines culinaires dans le regard d'un Historien », Hannequart I. (dir.), *Les Lois de la table, op. cit.*, p. 125-135.

26. Cf. le dossier « Patrimoines gastronomiques. Définitions, typologies et enjeux de conservation », *In Situ. Revue des Patrimoines*, 41, 2019, <https://doi.org/10.4000/in situ.24914>.

27. Chevrier F., *Notre gastronomie est une culture. Le repas gastronomique des Français au patrimoine de l'humanité*, Paris, François Bourin, 2011.

28. Source : <http://www.unesco.org/culture/ich/fr/RL/00437>.

est également mis sur la « gastro-diplomatie²⁹ », qui – sans doute à tort³⁰ – est souvent vue comme une spécialité française³¹ dans l'exercice du « Soft Power³² ». L'objectif en est, à l'occasion des repas et événements diplomatiques, de mettre en valeur l'excellence et les savoir-faire français – en vertu de l'adage de Brillat-Savarin, selon lequel « la destinée des nations dépend de la manière dont elles se nourrissent³³ ».

Dans la gastro-diplomatie française, les vins ont également leur importance pour signifier le paradigme gastronomique français. Afin de rendre la France plus attractive, ce n'est pas uniquement sur ses forces économiques ou industrielles que le Conseil stratégique interministériel de l'attractivité, présidé par l'entrepreneur Guillaume Poitrinal, peut s'appuyer : la gastronomie et les vins sont des atouts compétitifs essentiels du pays, bien souvent décentralisés. « La compétition existe dans le monde, mais dans cette compétition la France est vraiment au top³⁴ », déclare le ministre Laurent Fabius en 2015 au sujet du tourisme et de l'hôtellerie-restauration. Mais la gastronomie française est-elle vraiment encore au top³⁵ et cette campagne « Goût de France » n'a-t-elle pour objectif que de la remettre sur les rails de l'excellence ? La gastronomie française est donc à la fois une culture spécifique et une économie porteuse. Après l'aéronautique, le secteur de la restauration commerciale est le cinquième secteur d'emploi français (650 000 salariés

-
29. Cf. le 11^e colloque de l'IEHCA : « Table et diplomatie à l'échelle du monde » (2-5 novembre 2016). Ce domaine a fait récemment l'objet de très nombreuses publications : cf. la revue bibliographique effectuée par White W., Barreda A. A. et Hein S., « Gastrodiplomacy: Captivating a global audience through cultural cuisine – a systematic review of the literature », *Journal of Tourismology*, 5-2, 2019, p. 127-144.
30. Si l'on en juge par la politique active qu'a entreprise le Japon suite à l'inscription du washoku (cuisine traditionnelle japonaise) au patrimoine culturel immatériel de l'humanité : cf. Farina F., « Japan's gastrodiplomacy as soft power: Global washoku and national food security », *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 17-1, 2018, p. 131-146.
31. Stéfani L. (dir.), *À la table des diplomates. L'histoire de France racontée à travers ses grands repas, 1520-2015*, Paris, L'Iconoclaste, 2016.
32. Nye J. S., *Soft Power. The Means to Success in World Politics*, New York, Public Affairs, 2004 ; Lord Carnes, « Diplomatie publique et soft power », *Politique américaine*, 2005-3, p. 61-72, <https://www.cairn.info/revue-politique-americaine-2005-3-page-61.htm>.
33. Brillat-Savarin J.-A., *Physiologie du goût ou méditations de gastronomie transcendante*, Gabriel de Gonet, [rééd.] 1848, p. 9.
34. Déclaration de Laurent Fabius, ministre des Affaires étrangères et du Développement international, sur les efforts en faveur du tourisme en France, à Paris le 19 octobre 2015, <http://discours.vie-publique.fr/notices/153002776.html>.
35. C'est précisément la question que posent les « Rencontres François Rabelais » de l'IEHCA de 2016 : « La cuisine française est-elle toujours au top ? », 2 et 3 décembre 2016. Captation des tables rondes : <http://iehca.eu/fr/manifestations-culturelles/les-rencontres-francois-rabelais/12emes-rencontres-francois-rabelais-2016>.

en 2017³⁶) et le secteur viticole en France (550 000 emplois directs et indirects³⁷) représente le deuxième secteur d'exportation excédentaire français, toujours en 2017³⁸. Mais ces secteurs peuvent encore progresser et peuvent encore perfectionner leurs prestations. Et c'est dans cette perspective que l'opération « Goût de France » compte être active.

La sémiotique des termes Goût de France/Good France

Les mots « goût » et « bon » (*good*), comme le mot « gastronomie », restent symboliques étant donné qu'ils relèvent d'une grande subjectivité. Dès que l'on évoque ce type de terminologie, l'image quelque peu élitiste, ostentatoire et réservée à une couche sociale aisée, transparaît. Le consommateur a effectivement en général un peu de difficulté avec ces mots restrictifs, et utilisés « à toutes les sauces ». Mais un idéal ne va pas sans symbole. La « bonne cuisine » n'est pas obligatoirement celle de l'élite, comme le montre, par exemple, l'intitulé du chapitre « La bonne cuisine de ménage : ce qu'il faut savoir », dans l'ouvrage *La Bonne Cuisine de France*³⁹. Ainsi, la « bonne » cuisine renvoie évidemment à de multiples symboliques : la table qui réunit, la nappe à carreaux qui accentue le côté français, le discours poétique du sommelier, la grande table familiale qui rassemble et la cuisine faite, elle aussi, en famille et qui donne l'occasion d'échanges et d'une transmission. Ce double ensemble terminologique de représentations du « bon » goût français laisse apparaître, subrepticement, un paysage pluriel de concepts modélisant « les représentations avec un formalisme combinatoire minimaliste et abstrait, qui se contente de les considérer comme des syplexes (combinaisons d'éléments : perceptions, émotions, actions, mots...) »⁴⁰. C'est tout un comportement alimentaire qui se modélise et qui évolue avec les modèles terminologiques⁴¹ du « bon goût » français, du « bien-manger » à la française, et de cuisiner comme un « art de vivre » et « avec plaisir ». Les professionnels de

36. Source : La filière restauration <https://www.entreprises.gouv.fr/secteurs-professionnels/commerce/hcr/filiere-restauration>.

37. Sources : FEVS, FranceAgrimer, OIV, vinetsociete.fr.

38. Déclaration de Laurent Fabius en 2015, cf. *supra*, n. 49.

39. *La bonne cuisine de France. Nouveau traité de la cuisine française*, Paris, Les Belles éditions, s. d., p. 29.

40. Lahlou S., *Penser manger*, Paris, PUF, coll. « Psychologie sociale », 1998, p. 217.

41. Stengel K., *Terminologies gastronomiques et œnologiques : Aspects patrimoniaux et culturels*, Paris, L'Harmattan, coll. « Questions alimentaires et gastronomiques », 2020, p. 9.

la restauration comme de l'agroalimentaire l'ont bien compris quand ils cherchent à valoriser « le plaisir cet impensable⁴² ».

La figuration du goût, dans son analyse des sensations, utilise rarement les mots en suffisance, employant régulièrement le terme simpliste « bon » qui vient à nous en première instance. L'esprit interprète et symbolise notre pensée gustative, parce qu'il est ouvert à l'incompréhensible. Si la dégustation a besoin d'autre chose que de terminologies livresques et listes d'adjectifs pour signifier le plaisir, est-ce à dire pour autant que l'on peut se limiter à « Goût » et « Good » (bon) pour signifier un modèle culinaire ? Bien évidemment, non. Les mots entre eux forment l'unique outil qui permet de se représenter et projeter sa modélisation du « bon » afin d'échanger avec autrui. Mais que peut-on au fond entendre derrière « bon produit », qu'il soit produit rare ou produit courant ? Par exemple, la baguette n'est-elle pas considérée comme un bon produit courant, d'artisanat et de concept traditionaliste, alors que l'on pourrait penser que sa valeur est également gastronomique ?

La terminologie « Goût de France » (nom masculin) est une dérivation lexicale qui porte à confusion avec une formulation telle que « gastronomie française », c'est-à-dire mettant en exergue l'origine nationale comme une légitimité voire une marque. L'objet de « Good France » est bien empirique et, à travers sa traduction terminologique du « bon » signifiée ici comme une norme, est en réalité fait d'événements, d'actions et d'initiatives aux résultats variables. La finalité de l'item lexical « Good France », avec emprunt d'un mot étranger sans modification, est d'offrir une perspective internationale à l'image de marque de la gastronomie française. La construction d'une telle terminologie se rapproche de celle d'une marque.

La marque est ce pour quoi elle naît, vit et évolue. Cette finalité est difficile à analyser, car elle repose sur des valeurs, des cultures, des images, et une identité qui résultent de facteurs très variés : l'histoire, les hommes, les aspirations individuelles, le type de société, la volonté des créateurs de l'entreprise. La finalité est d'ordre qualitatif, mais elle est aussi d'ordre économique, social ou psychologique.⁴³

42. Wetzel H., « L'Hédonisme », *Encyclopédia universalis*, Corpus, t. 9, Paris, 1984, p. 157-159.

43. Bontoux M.-N., Clauzel B., Lejet G. et Pierson F., *Gestion*, t. 1, Clichy, BPI, coll. « Enseignement-formation-restauration-hôtellerie », 1990, p. 76.

Nous connaissons déjà cette utilisation d'emprunt lexical avec le slogan « Ensemble, mieux manger, mieux vivre⁴⁴ » ou « Good Food, Good Life⁴⁵ » du groupe Nestlé.

La première édition de l'opération Goût de France/Good France (2015)

Le jeudi 19 mars 2015, dans 150 pays à travers le monde, les restaurants et ambassades ont offert 1 500 dîners⁴⁶ pour célébrer la gastronomie française en invitant le public à partager un « dîner français ». Dans chaque restaurant participant, l'événement a rendu hommage à une cuisine dynamique, ouverte et innovante, tout en restant fidèle aux valeurs de partage, de plaisir ainsi que de respect de la bonne nourriture et de la planète⁴⁷, et ceci afin que le repas gastronomique des Français ne soit pas simplement contemplé ou glorifié, mais soit un héritage construit et présenté.

Chaque chef a proposé un menu « à la française » dans son restaurant avec un apéritif français traditionnel, une entrée froide, une entrée chaude, du poisson ou des crustacés, de la viande ou de la volaille, un fromage français, un dessert au chocolat, une offre de digestifs, tout en restant libre de mettre en valeur ses propres traditions et cultures culinaires. « La cuisine fut accessible à tous, des bistros aux restaurants exceptionnels », indique un communiqué du gouvernement français⁴⁸. Le prix du menu était à la discrétion des restaurants, et ils étaient tous encouragés à faire un don de 5 % du chiffre d'affaires à une ONG locale qui fait la promotion de la santé et de l'environnement. Ce type d'événement fut l'occasion de partager des valeurs chères

44. Slogan du groupe Nestlé avant 2010.

45. Slogan du groupe Nestlé à compter de 2010. Cette volonté de faire rimer « good » et « food » avait déjà été celle de l'auteur culinaire anglais Ambrose Heath, lorsqu'il avait titré son ouvrage *Good Food* (London, Faber & Faber, 1932). Cf. Lyon P., « Good food and hard times: Ambrose Heath's contribution to british food culture of the 1930s and the war years », *Food & History*, 12-2, 2014, p. 99-117.

46. Ministère des Affaires étrangères, « Le 19 mars 2015, les ambassades françaises célèbrent Goût de/Good France », Ambassade de France au Koweït, <https://kw.ambafrance.org/Le-19-mars-2015-les-ambassades>, lu le 19 juin 2018.

47. Ministère des Affaires étrangères, « Goût de France/Good France : un dîner pour célébrer la gastronomie autour du monde (19 mars 2015) », Événements et actualités liés à la promotion du tourisme, site *France Diplomatie*, <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/evenements-et-actualites-lies-a-la-promotion-du-tourisme/> lu le 18 juin 2018.

48. Source : Gouvernement.fr « Launch of the Goût de France/Good France project », <https://www.gouvernement.fr/en/launch-of-the-gout-de-francegood-france-project>.

Focus sur Goût de France/Good France 2015 en Italie

Fer de lance de l'opération œnogastronomique Goût de France/Good France, l'Italie s'est placée à la première place mondiale pour le nombre de chefs participants (environ une centaine). Du 11 au 19 mars 2015, se sont déroulées les « Journées de la Gastronomie française » en Italie, durant lesquelles ont eu lieu des rencontres entre chefs italiens et français. La manifestation a été organisée par l'ambassade de France en Italie et l'Institut français Italia en partenariat avec Atout France – l'agence du développement touristique de la France – sur initiative du ministère des Affaires étrangères et du Développement international. On a pu voir des événements se dérouler au Palais Farnèse avec l'ambassadrice de France en Italie, Catherine Colonna, Éric Tallon, directeur de l'Institut français d'Italie (IFI), et Guillaume Gomez, chef du palais de l'Élysée. Mais de nombreuses master class vinrent ponctuer cette programmation : les quiches lorraines et tartes Tatin du chef Bernard Fournier (Sofitel Rome Villa Borghese, l'antipasto de saumon confit avec œuf mimosa et la crostata au chocolat au coulis de mangue du chef Christophe Dovergne, et des menus à quatre mains entre chefs français et italiens, avec Jean-Paul Boštoen et Giuseppe D'Alessio, Christophe Dovergne et Andrea Quaranta, Martial Enguehaard et Stefano Marzetti. S'est tenue une table ronde « France et Italie, le territoire à table », au sein de la Villa Bonaparte, avec entre autres Piero Sardo, président de la Fondation Slow Food pour la biodiversité. Lors du dîner de gala au Palais Farnese, préparé par les chefs italiens Danilo Ciavattini et Angelo Belli de Rome et Pasquale Piscopo de Salerne, étaient présentes l'ambassadrice de France en Italie Catherine Colonna et l'actrice Monica Bellucci.

aux Français : la convivialité et le respect de notre planète et de ses ressources. Et, plus important encore, le plaisir de savourer⁴⁹.

Un rendez-vous qui se pérennise (2^e édition, 2016)

À compter de 2016, Goût de France/Good France programme sa journée officielle le jour du printemps, le 21 mars. Après le succès de la première édition, Laurent Fabius a souhaité pérenniser l'opération. « Ce fut 1 500 chefs, qui produisirent 1 500 menus dans 150 ambassades sur 5 continents »,

49. Ministère des Affaires étrangères, « Goût de France/Good France : un dîner pour célébrer la gastronomie autour du monde », Ambassade de France à Tokyo, <https://jp.ambafrance.org/Gout-de-France-Good-France-un>, publié le 20 mars 2015, consulté le 19 juin 2018.

déclare-t-il à propos de l'édition 2015⁵⁰. L'opération Goût de/Good France met en avant l'art de vivre à la française et les produits des terroirs tout en valorisant la destination France.

Outre les 1 000 à 1 500 restaurants participants, suivant les différentes sources⁵¹, les ambassades furent elles aussi pleinement investies dans la mise en œuvre de l'opération et organisèrent leur propre dîner en présence de l'ambassadeur. De New York aux Émirats arabes unis, les dîners dans les ambassades contribuent ainsi au rayonnement culturel de la France, lors des échanges de table. « Parler de cuisine – de cuisine française – c'est parler de joie de vivre, de légèreté, d'optimisme et de plaisir, des idées tout à fait centrales pour l'image de la Destination France⁵² », déclare alors le chef Alain Ducasse.

En Roumanie, quatre restaurants de Bucarest, Gargantua, Joseph by Joseph Hadad, Naan-Food & Drink Studio et Octopus (Chef Nico Lontras), ainsi que le restaurant Sabres à Timișoara participèrent cette année-là à l'opération. En Inde, à l'occasion de la fête des couleurs (Holi festival), les convives d'Udaipur – parmi lesquels les plus hauts dignitaires du Rajasthan, dont le Maharana de Mewar, se sont vus proposer par le chef étoilé Sébastien Sanjou un menu Goût de/Good France dans un lieu culturel et historique d'exception. À New York, un dîner gastronomique réunissant plusieurs chefs de renom, dont le chef étoilé français Daniel Boulud et le chef du Consulat Sébastien Baud, fut l'occasion de proposer des vins dont les régions de provenance ont été récemment inscrites au patrimoine mondial de l'Unesco : Climats de Bourgogne (2015), coteaux, maisons et caves de Champagne (2015), villages de la Juridiction de Saint-Émilion (2010). Aux Émirats arabes unis, l'ambassade de France organise un dîner réunissant exclusivement des femmes émiriennes, françaises et étrangères, influentes dans les milieux d'affaires, les médias ou encore le monde culturel. À Londres, le chef de l'ambassade Gilles Quillot a donné en amont de l'opération une Master Class au restaurant de la prison de Brixton, the Clink ; ouvert au

50. Ministère des Affaires étrangères, « Opération "Goût de France" », Ambassade de France en Espagne, <https://jp.ambafrance.org/Gout-de-France-Good-France-un>, publié le 17 janvier 2017, lu le 19 juin 2018.

51. « Le nombre de chefs participants augmente dans plusieurs pays : + 20 % en Allemagne, Portugal, Autriche, Maroc, Brésil, Canada, États-Unis, Vietnam... + 100 % en Belgique, Cambodge, Finlande, Indonésie, Pologne... + 200 % en Colombie, Cuba, Ghana, Koweït, Nigeria, Pays-Bas, Thaïlande, Ukraine », source : « Communiqué de presse Goût de/Good France 2016 », atout-france.fr.

52. Ministère des Affaires étrangères, « Goût de France/Good France 2016, c'est parti ! », Ambassade de France à Vientiane, <https://la.ambafrance.org/Gout-de-France-Good-France-2016-c-est-parti>, publié le 8 décembre 2015, consulté le 19 juin 2018.

public, ce restaurant est géré par une association qui forme les détenus aux métiers de la restauration pour faciliter leur réinsertion.

De manière générale, l'édition 2016, placée sous le parrainage d'Antoine Westermann, chef trois étoiles au guide Michelin, a été l'occasion pour les ambassades de contribuer à la vie économique, politique ou sociale du pays où elles sont installées par des partenariats autour de la gastronomie. L'opération a été alors appelée pour la première fois « Les 24 heures de Goût de France/Good France ».

Sous le signe de la formation : le rapprochement avec la Semaine du goût (3^e édition, 2017)

Pour la troisième année de son existence, Goût de/Good France a rassemblé près de 2 000 chefs. L'organisateur souligne la montée en puissance de son événement en précisant que 754 restaurants gastronomiques, 715 restaurants contemporains traditionnels, 558 bistrotts, et 71 écoles ont participé à l'opération⁵³ sur les cinq continents, afin de célébrer la gastronomie française le jour du printemps, le 21 mars 2017. Jean-Marc Ayrault, ministre des Affaires étrangères et du Développement international depuis février 2016, souligne les enjeux politiques et économiques qui sont ceux de l'événement :

La gastronomie est l'un des piliers du patrimoine français. Aujourd'hui, notre gastronomie s'exporte. Elle est présente sur tous les continents et contribue au rayonnement de notre pays. Elle a toute sa place dans la diplomatie d'influence et la stratégie de développement touristique coordonnées par le ministère des Affaires étrangères et du Développement international.⁵⁴

Dès novembre 2017, en préparation de l'année 2018, les restaurants du monde entier « des grandes tables aux bistrotts de qualité » sont invités à candidater sur le site www.goodfrance.com et proposer leur menu qui mettra en lumière la tradition culinaire française. Un comité de sélection, d'une ampleur internationale, apporte son avis à la liste des participants et observe « la qualité et la cohérence des menus » nous informe le site. Malgré la subjectivité du terme « qualité », la référence claire aux « restaurants de

53. Ministère des Affaires étrangères et du Développement international, « Goût de/Good France 2017 : le plus grand dîner français au monde », Ambassade de France à Pékin, <https://cn.ambafrance.org/Gout-de-Good-France-2017-le-plus-grand-diner-francais-au>, publié le 6 avril 2017, consulté le 19 juin 2018.

54. Ayrault J.-M., « Éditorial », *Dossier de presse : 1 dîner français - 21 mars*, Cabinet du ministre des Affaires étrangères et du Développement international, 7 mars 2017.

qualité » entre en résonance directe avec la volonté de développement du réseau des « Restaurants de Qualité » de l'association Collège Culinaire de France, présidée par Alain Ducasse. Celui-ci semble être devenu à ce stade le chef le plus proche de l'Élysée⁵⁵. Ainsi pour la troisième année, le Collège Culinaire de France est partenaire officiel de l'événement et l'ensemble des restaurateurs inscrit à cette association sont *de facto* sélectionnés pour l'opération Goût de France/Good France.

Pour cette troisième édition, l'opération Goût de France a été placée sous le signe de la formation aux métiers de la restauration, de l'hôtellerie et du tourisme en associant écoles et étudiants du monde entier aux différents dîners organisés sur les cinq continents. 71 écoles dans le monde ont participé à l'opération et 6 écoles hôtelières se sont réunies au sommet de l'Arc de Triomphe pour organiser un événement dédié à la Ville de Paris.

Quelle que soit la définition des mots « goût » ou « gastronomie », cette conception de la valorisation du « bon goût de France » comme opération de promotion de la restauration française est soutenue par de multiples restaurateurs et autres acteurs partout dans le monde. En témoignent les nombreuses actions de cette opération pour faire découvrir des « bons » produits ou « bons » gestes, dans les écoles. Cette nouvelle opération rappelle sensiblement l'opération annuelle « Semaine du goût » créée en 1990, soutenue par les industriels français du secteur du sucre puis de l'industrie laitière, en partenariat avec le médiatique journaliste culinaire Jean-Luc Petitrenaud et Jack Lang, ministre de l'Éducation nationale à l'époque. Pour délimiter le périmètre des représentations du « bon goût » à transmettre, ces deux opérations analogues – Goût de France et La Semaine du Goût – ont créé des formes de labélisations présentées comme normatives (qui sont ensuite devenues une marque commerciale) signifiant de véritables repères pour les consommateurs.

Priorité aux régions et multiplication des événements (4^e édition, 2018)

Le lancement de l'opération 2018 s'est déroulé au Quai d'Orsay le 6 mars 2018. Cette édition est à l'initiative de Jean-Yves Le Drian, ministre de l'Europe et des Affaires étrangères. En 2018, et pour la première fois, une région est mise à l'honneur : en l'occurrence la Nouvelle-Aquitaine, grâce

55. Rouget A. et Philippin Y., « Alain Ducasse, le chef préféré d'Emmanuel Macron », *Médiapart*, 6 juillet 2018, <https://www.mediapart.fr/journal/france/060718/alain-ducasse-le-chef-prefere-d-emmanuel-macron>.

à un partenariat avec le Conseil régional. Désormais, l'événement mettra ainsi en avant une région française chaque année. « La Nouvelle-Aquitaine est la première région agricole de France, la Nouvelle-Aquitaine est aussi la première région gourmande, synonyme de bons produits, gastronomie et bonnes tables », précise le dossier de presse de 2018.

Le mot d'ordre de la quatrième édition de Goût de/Good France est « tout sauf chauvin » : « Manger français, c'est préférer la commensalité, c'est savourer des recettes, apprécier un ordonnancement du repas et donner un coup de chapeau aux gestes habiles du cuisinier⁵⁶ ». L'assimilation entre la sélection Goût de France/Good France et l'adhésion à l'association Collège Culinaire de France se renforcent en 2018, comme l'attestent ces mots d'Alain Ducasse : « Que les chefs soient tous remerciés pour leur engagement, avec une mention spéciale pour mes confrères du Collège culinaire qui se sont massivement mobilisés. »

Goût de/Good France 2018 rend hommage à Paul Bocuse, afin d'exprimer la reconnaissance de la profession à celui qui, pendant un demi-siècle, a été l'emblème de la cuisine française dans le monde. Les chefs participants ont eu à cœur d'intégrer dans leur menu un plat de son répertoire ou inspiré de sa cuisine.

Alain Ducasse souligne qu'au fil des années, l'opération « Goût de France » est devenue un rendez-vous attendu des professionnels comme des amateurs de la table, au point de devenir une véritable clé de voûte du rayonnement de la gastronomie française à travers le monde. Les organisateurs annoncent pas moins de 300 000 convives.

Les restaurateurs ont servi un dîner « à la française » sans prescription particulière autour de l'interprétation contemporaine et variable de ce terme. Les événements festifs organisés en 2018 aux quatre coins du monde sont mis en place par le réseau diplomatique et Atout France, qui choisit de mettre également en valeur les vins et les spiritueux français. Rappelant une fois encore le Repas gastronomique des Français, dans son éditio, Alain Ducasse souligne que l'opération Goût de France/Good France est un moyen de mieux faire connaître ce joyau de notre patrimoine et l'état d'esprit convivial qui lui est associé.

En 2018, ce sont en réalité différents événements qui forment la programmation de l'opérateur Goût de/Good France. En effet, outre la traditionnelle journée « Goût de/Good France » du 21 mars, il organise un Forum international de la Gastronomie, prévu en juin, mais qui se déroula

56. Ducasse A., « Éditorial », *Dossier de presse 2018, 4^e édition Goût de/Good France Mercredi 21 mars 2018 – Événement à l'initiative du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et d'Alain Ducasse*, publication Goût de/Good France, 2018, p. 2.

« toute l'année » pour faire de Paris la capitale mondiale des débats sur les évolutions des goûts et des modes de consommation en réunissant tous les acteurs qui comptent dans la sphère gastronomique.

S'y ajoute la « Fête de la gastronomie », rebaptisée à cette occasion « Goût de/Good France ». Se tenant du 21 au 23 septembre, elle veut être un grand rendez-vous populaire permettant aux professionnels de partager leurs talents, leurs savoir-faire et leurs terroirs (proposant ainsi des banquets, dégustations, pique-niques, ateliers, conférences...). Retraçons l'histoire de cette initiative, qui finit par confluer dans « Goût de/Good France. » À l'origine en 2009, alors que la fête des voisins fait grand bruit, l'idée d'une fête de la gastronomie ou de la cuisine est lancée par différents acteurs. La marque de farine Francine crée « Cuisines en fête », le journaliste Thomas Clouet imagine « La fête de la cuisine » et une « Fête de la gastronomie » est créée sur Facebook par l'association Cnaaligato, sous forme d'un groupe social dès décembre 2009 avec pour première date le 21 mai 2010⁵⁷. En 2011, lancée plus officiellement par Frédéric Lefebvre, secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, chargé du Commerce, de l'Artisanat, du Tourisme et de la Consommation, et organisée sous les mêmes aspects que la Fête de la musique, la Fête de la gastronomie a pour ambition de célébrer le savoir-faire et l'innovation gastronomiques français. Cette manifestation entend prendre la forme d'une grande fête populaire, rassemblant chaque année l'ensemble des Français et des professionnels du secteur autour de valeurs d'échange, de partage et de découverte. Certains grands chefs, tout en s'associant à cette fête, estimeront que « la Fête de la gastronomie 2018 fut mariage forcé avec l'événement Good France, qui constitue en réalité la mort de la Fête à court terme. Les intérêts de quelques-uns, froissés par l'indépendance de la Fête, ont pris le dessus sur l'intérêt populaire⁵⁸ ».

Mentionnons enfin une dernière composante, le Tour du monde gastronomique en cinq étapes, organisé depuis 2015 sur les mers du monde : les navires de la compagnie de croisière française du Ponant célèbrent désormais Goût de/Good France, en Indonésie aux îles Kai, au Chili à Coquimbo, à Cuba à Cienfuegos, en proposant une croisière thématique sur la gastronomie. Depuis 2015 également, Air France est partenaire de « Goût de/Good

57. Le 21 mai 2010, la Coordination Nationale des Actions Alimentaires Gastronomiques et Touristiques (Cnaaligato ou Cnaal) a organisé par le biais des réseaux sociaux une fête de la gastronomie en vue de promouvoir et valoriser les secteurs de la gastronomie, du tourisme et de l'alimentation. Source : <http://icalendrier.fr/fetes/fete-de-la-gastronomie>.

58. Cagna G., « Déplacer la Fête de la Gastronomie représente un hold-up politico-gastronomique », Tribune, *Atabula*, 10 septembre 2018, <https://www.atabula.com/2018/09/10/tribune-deplacer-la-fete-de-la-gastronomie-represente-un-hold-up-politico-gastronomique-par-gerard-cagna/>.

Une opération de très grande ampleur

82 % des chefs participant à Goût de France/Good France 2018 sont étrangers et les pays inscrits dans cette édition sont innombrables, depuis la Pologne, l'Espagne, la Grèce, l'Italie et le Royaume-Uni jusqu'à l'Inde, au Japon, au Vietnam, au Brésil, au Lesotho et aux Maldives, en passant par la Russie, le Kirghizistan, le Turkménistan, etc. Il est possible que certaines des activités les concernant aient déjà été mises en place en amont de l'opération, et aient tout simplement demandé à être inscrites dans la programmation de la marque label Goût de France/Good France. Celle-ci est devenue un outil de promotion de la Destination France, et souhaite que la participation active de tous les acteurs permette d'atteindre l'objectif gouvernemental de 100 millions de touristes internationaux accueillis en France, avec à la clef 60 milliards de recettes générées en 2020. D'où certaines déclinaisons nouvelles et originales. Entre autres exemples, en Argentine, l'ambassade de France a organisé un cocktail culinaire « Mode et gastronomie, l'influence française », préparé par le chef étoilé Jean-François Rouquette, en présence du couturier Jean-Paul Gauthier. À Vienne, les casernes de l'armée autrichienne ont fêté Goût de/Good France afin de promouvoir l'alimentation saine et de qualité dans le cadre du travail. À Hong Kong, l'ambassade de France s'est associée à l'association locale Oi! Gallery pour sensibiliser le grand public à l'importance de la lutte contre le gaspillage alimentaire, avec la préparation d'un menu français à partir de produits issus du recyclage ; en parallèle, une distribution de repas est organisée pour les travailleurs en situation précaire de Hong Kong, leur offrant la possibilité de découvrir la gastronomie française. Au Ghana, le chef Jean-Luc L'Hourre, Meilleur Ouvrier de France, a dialogué avec la cheffe ghanéenne Semassoe Atadika autour de la gastronomie française et des produits issus de la Nouvelle-Aquitaine ; une dégustation de spiritueux français a mêlé le Cognac et l'Armagnac à des chocolats ghanéens (fèves provenant à 100 % du Ghana) aux arômes locaux (moringa/thé vert/fruit de la passion). En Irlande, le concours #DairyChef18 destiné aux jeunes talents français et irlandais a mis en compétition les participants sur la création d'une recette franco-irlandaise unique, incluant des produits laitiers français et irlandais. La finale a eu lieu le 21 mars à Dublin. En Afrique du Sud, une dégustation croisée de vins français et sud-africains s'est déroulée à la Résidence de France, animée par le champion du monde des sommeliers Philippe Faure-Brac. Elle fut accompagnée de bouchées emblématiques de la gastronomie néo-aquitaine préparées par le chef étoilé Vincent Lucas.

En 2018 comme en 2015, le prix des menus proposés est toujours à la discrétion du restaurant et chaque établissement s'engage à reverser 5 % des ventes à une ONG locale œuvrant au respect de la santé et de l'environnement.

France » pour promouvoir la gastronomie française à travers le monde. En 2018, la compagnie s'associe à son tour au « Tour du monde gastronomique » en cinq étapes sur les cinq continents, sous couvert du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et Atout France. Le 21 mars, elle a organisé un vol événementiel entre Paris et Los Angeles en présence de Paolo Basso, meilleur sommelier d'Europe en 2010 et du monde en 2013, où des dégustations de vins furent proposées à bord. Dans le même ordre d'idée, la plateforme de financement participatif « Miimosa », exclusivement dédiée à l'agriculture et l'alimentation, est, depuis 2016, devenue partenaire, afin de proposer à tous les acteurs intéressés par la « Fête de la gastronomie Goût de France » de pouvoir financer leur projet.

Une véritable saison de « durabilité » gastronomique (5^e édition, 2019)

En 2019, les principales opérations sont rassemblées sur une même période printanière, avec pour thème général « La Provence ». Parmi les nouveautés, un Village International de la Gastronomie au cœur de Paris où officient 4 chefs provençaux. On trouve également un grand banquet provençal sur le thème de « la cuisine responsable et méditerranéenne », mais également des dégustations, des pique-niques, des « Dîners Complices » du Collège Culinaire de France, et de nombreux ateliers organisés à travers le monde. Dans la liste des activités associées figurent également l'apéro anti-gaspi de Phénix, les défis VegOreste, la marque VoulezVousDîner ou encore des initiatives comme celle de l'école Sant Ipòli en Aveyron. Cette programmation s'inscrit également dans le cadre de l'événement MPG2019 (Marseille Provence Gastronomie) lancé par le département des Bouches-du-Rhône et Provence Tourisme, et est soutenue par la fondation « No More Plastic » qui lutte pour la protection de l'environnement et des ressources de la Planète. On notera une orientation très nette de l'événement vers la gastronomie durable.

Parallèlement, les partenariats s'élargissent. En sus du ministère des Affaires étrangères, on trouve également parmi les partenaires la chaîne hôtelière « Les collectionneurs » dont Alain Ducasse est président et actionnaire de référence⁵⁹. Autres acteurs partenaires, le Groupement National des Indépendants de l'Hôtellerie & de la Restauration qui collabore alors auprès

59. Vignon E., « Hôtellerie : Alain Ducasse cède le contrôle des Collectionneurs », *L'écho touristique*, 20 juin 2018, <https://www.lechotouristique.com/article/alain-ducasse-cede-le-contrôle-des-collectionneurs>.

d'Alain Ducasse pour une reconnaissance ministérielle de l'appellation Restaurant, et le magazine *Le Cœur des Chefs* soutenu par Alain Ducasse⁶⁰.

Gérald Passedat, chef du restaurant Le Petit Nice à Marseille, trois étoiles au Guide Michelin, fut le parrain de cette nouvelle édition de Goût de France, du 21 au 24 mars 2019⁶¹. Fanny Rey, cheffe étoilée à l'Auberge de Saint Rémy de Provence fut la marraine de l'édition Fête de la gastronomie-Goût de France 2019⁶².

L'année 2019 marque également la fin de la Fête de la gastronomie absorbée par l'intitulé unique « Goût de France⁶³ ». L'enjeu est avant tout communicationnel. Le terme « Goût de France/Good France » vu de l'étranger est compréhensible et accrocheur. En France, cela a moins de signification. Tandis qu'avec le terme « Fête de la gastronomie », tout Français y perçoit une illustration festive, et de l'étranger, cela ne s'assimile qu'à une fête parmi d'autres. Pour finir, « La Fête de la gastronomie est devenue Goût de France, à la suite d'une décision prise au sommet de l'État⁶⁴ », expliquera Jean-Jacques Pinet, adjoint à la commissaire générale à la Fête de la gastronomie.

La fête provisoirement arrêtée (6^e édition, 2020)

Dès le 16 mars 2020, l'ensemble des restaurants et événements fut présenté sur le site www.goodfrance.com et, en date du 16 avril, la journaliste du *Monde* Camille Labro devait présenter son *Livre Blanc de la gastronomie responsable*. Les « dîners à la française » devaient être organisés chez des professionnels et dans les ambassades de 156 pays, ainsi que sur les Champs Élysées⁶⁵, afin de célébrer les 10 ans de l'inscription du Repas gastronomique des Français au patrimoine culturel immatériel de l'humanité à l'Unesco. Le Centre-Val de Loire fut choisi comme région d'honneur à l'occasion de cette 6^e édition

60. CP Goût de France, <https://www.france.fr/fr/campagne/gout-france-good-france/les-partenaires-gout-de-good-france> publié le 3 décembre 2018.

61. <https://www.france.fr/fr/maintenant-en-france/gout-de-france-good-france>.

62. <http://foodandsens.com/non-classe/fete-de-la-gastronomie-marraine-fanny-rey/>.

63. Croiset L., « Pourquoi la Fête de la Gastronomie n'aura pas lieu en 2019 », *Challenges*, 22 septembre 2018, https://www.challenges.fr/lifestyle/pourquoi-la-fete-de-la-gastronomie-n-aura-pas-lieu-en-2019_614414.

64. *Id.*

65. Jenvrin S., « Goût de France/Good France : le triomphe d'une gastronomie moderne et engagée », *L'Express*, publié le 04 mars 2020, https://www.lexpress.fr/styles/saveurs/gout-de-france-good-france-le-triomphe-d-une-gastronomie-moderne-et-engagee_2120066.html.

de Goût de/Good France, par le biais d'une série d'événements organisés en France et à l'international, dont des dîners autour des spécialités de cette région dans différentes ambassades à travers le monde entier, le 16 avril, avec le soutien de chefs cuisiniers de la région. Parmi ceux-ci, Christophe Hay, chef étoilé à Montlivault (La Maison d'à côté) et à Orléans (La Table d'à côté), tenait la place de parrain de l'événement. À ces côtés, Gaëtan Evrard (L'Évidence à Montbazou) aurait dû être à New York pour préparer ce repas, Cyril Plateau (Restaurant de la Liodière à Joué-lès-Tours) et Jean-Luc Mothu (Chef exécutif du Resort Barrière Deauville) au Japon, Christophe Lunais (Les Closeaux à Vallières-les-Grandes) en Espagne, Arnaud Gauthier (L'Auberge Saint-Fiacre, à Veuil) à Rome, et Maxime et Claire Voisin (De Sel et d'Ardoise à Orléans) en Corée du Sud.

Toute cette programmation était sans compter sur la pandémie Covid19 qui a fait reporter voire annuler bon nombre de festivités. Les activités événementielles étant extrêmement réduites par les mesures de confinement et les interdictions de circulation, l'attention des médias a été détournée, sans doute provisoirement, des activités de Goût de/Good France. Cette pause est l'occasion de revenir sur les principales caractéristiques d'une opération qui a connu en quelques années un grand développement.

La communication de l'opération Goût de France/Good France



Figure 1. Logo Goût de France/Good France.

Si l'affichage de l'opération s'est fait sous les intitulés successifs « Goût de France/Good France », « Good France », ou « Goût de/Good France » et si elle profite des deux marqueurs #GOODFRANCE et #GOUTDEFrance, toutes ses éditions ont bénéficié d'un plan de communication d'envergure internationale permettant de toucher des chefs, partout dans le monde, avec le relais actif des ambassades, d'Atout France et des partenaires médias, France Media Monde, TV5 Monde. Nous n'avons

pas connaissance du propriétaire (dépôt légal) de la marque Good France quel que soit son type d'écriture, ni du propriétaire du site internet.

Dès le 21 janvier 2015, tous les restaurants participants ont été présentés sur le site goodfrance.com. Ce site internet dédié à l'opération est devenu la vitrine de son action et de la gastronomie en général. Des articles y évoquent l'actualité du sujet gastronomique ou y présentent certains chefs cuisiniers. Il est également possible d'identifier les restaurants participants dans chaque ville ou pays et de réserver directement le restaurant de son choix. En 2015, de nombreux chefs ont posté leur menu sur le site de Good France.

« Jean-Yves Le Drian dont le ministère apporte, depuis le début, un soutien décisif à cette initiative », écrit Alain Ducasse en 2018⁶⁶, tandis que le communiqué de presse du ministère des Affaires étrangères de 2014 stipule que « le ministère lance la campagne, accompagné d'Alain Ducasse et d'autres chefs ». La confrontation de ces phrases laisse donc planer un doute sur le porteur principal de cet événement. Le communiqué 2018 du ministère confirme toutefois que « Goût de/Good France est une opération à l'initiative du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères en collaboration avec Atout France, l'agence de développement touristique de la France et le Collège Culinaire de France, et en partenariat avec le conseil régional de la Nouvelle-Aquitaine, l'Aéroport de Paris, Air France, Equip'Hôtel, Figaro Magazine, Groupe Michelin, Compagnie Croisières Ponant, Marché international Rungis, Staub, JCDcaux, Groupe France Médias Monde, TV5 Monde ». Le service communication est dispensé par les agences Flagshipcommunication (Isabelle Clap, qui profite d'une forte expérience dans la communication politique), Label B (Myriam Ziad, également chargée de communication du Collège Culinaire de France), et Festin Conseil (Valérie Leveziel d'Arc, ancienne directrice de la communication et du marketing du Groupe Alain Ducasse et de l'événement « Tous au Restaurant ») qui s'intitule Association Goût de France à compter de l'édition 2020⁶⁷.

En 2018, dans le cadre de cette opération, un plan d'action doté Goût de/Good France est confié à l'opérateur national Atout France. À l'occasion du Conseil interministériel du tourisme le 19 janvier 2018, ce plan d'action a été présenté par le gouvernement pour faire rayonner l'excellence de la gastronomie française en France et à l'international. Financées par le secteur public à hauteur de 1,5 million d'euros, les initiatives de ce plan ont pour objet d'être toutes regroupées sous la marque nationale Goût de/Good France.

66. Ducasse A., « Éditorial », *Dossier de presse 2018, op. cit.*, p. 2.

67. cf. Communiqué de Presse édition 2020, <https://fr.franceintheus.org/IMG/pdf/GoutdeFrance2020.pdf> <https://www.france.fr/fr/campagne/gout-france-good-france>.

En 2019, le hashtag devient double #GoutdeFrance #GoodFrance. Le site goodfrance.com disparaît au profit d'une page sur le site <https://www.france.fr/fr>, site associé d'Atout France et du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. Faut-il supposer ici une perte d'autonomie communicationnelle ou au contraire un soutien intensifié ? Toutefois, le réseau des restaurateurs participant à l'événement est regroupé sous une nouvelle plateforme web naissant également en 2019 sous l'intitulé <http://restaurateurs.goodfrance.com>.

Comme l'indique cette synthèse, dans le tableau ci-dessous, l'événement prend de plus en plus d'ampleur et de cohésion, au fil des années. Son implication dans les territoires et la participation des professionnels sont en net développement.

Année	Dates de l'opération	Nombre de restaurants inscrits à l'opération (selon les différents communiqués)	Thème	Parrain ou Marraine
2015	19 mars	Entre 1 300 et 1 500		Alain Ducasse
2016	21 mars	Entre 1 000 et 1 700		Antoine Westermann
2017	21 mars	Entre 200 et 2 100	« La Formation »	Alain Ducasse
2018	Du 6 mars au 21 mars	3 300	« La Nouvelle Aquitaine » et « Paul Bocuse »	Alain Ducasse
2019	Du 21 mars au 24 mars	5 000	« La Provence »	Gérald Passédat
2020	À partir du 16 mars, avec date d'importance le 16 avril (dates prévues avant Covid 19)	?	« La région Centre-Val de Loire »	Christophe Hay

Tableau 1. Synthèse de l'opération Goût de France/Good France.

Au printemps 2015, le Conseil pour la promotion du tourisme a produit un rapport de fin de travaux⁶⁸ qui se concentre sur la gastronomie et le vin, et qui démontre la nécessité de décisions concrètes à prendre autour de l'hôtellerie, du numérique, des marques, du tourisme d'achat, des relations publiques, des destinations et de la formation. Parmi les exemples cités, on relève le besoin rapide d'un parcours d'excellence culinaire, destiné à faciliter la venue en France des stagiaires et des professionnels désireux de recevoir une formation par des grands chefs. Les chefs associés au projet Goût de France/Good France ont initié ce besoin soulignant que c'était « l'un des problèmes qu'ils avaient, et qu'ils aimeraient avoir des stagiaires qui, une fois formés, seront les meilleurs ambassadeurs de la gastronomie française dans le monde entier, mais c'est assez difficile actuellement⁶⁹ ». Il est aujourd'hui nécessaire d'envisager un bilan chiffré de cet effort interministériel, des retombées médiatiques pour les participants et de l'image de marque du pays et de sa communauté, comme des retombées économiques pour les partenaires et pour les finances de l'État.

Le label Goût de France/Good France se dissémine de plus en plus, année après année. Plus il existe d'opérations déclinées par des labels, plus la légitimité des labels se scinde et s'effrite, « Trop de labels, tue le label⁷⁰ ». La réussite de cette opération dépend-elle de la réputation d'Alain Ducasse (comme celle de Jean-Luc Petitrenaud avait contribué au lancement de « La Semaine du Goût ») ou bien dépend-elle de la diffusion de ce label-marque ? À moins que la véritable légitimité de cette opération et du paradigme qualitatif qu'elle diffuse ne dépende finalement que du sentiment moral et éthique que chacun a à l'égard du produit, du territoire, de l'artisan, du savoir-faire, et/ou du label. Ainsi chaque individu doit prendre de la distance avec ces mentions et opérations, pour en extraire personnellement les nuances. Mais cette distance nous éloigne quelquefois de la normativité structurée par la société dans laquelle nous vivons, et nous noie dans la cacophonie des labels⁷¹.

68. Contavreux P., *Rapport – Conseil de promotion du tourisme : 20 sur 20 en 2020, 40 mesures pour relever le défi*, ministère des Affaires étrangères et du Développement international, 9 juin 2015.

69. « Conférence de presse conjointe de MM. Laurent Fabius, ministre des Affaires étrangères et du Développement international, et Alain Ducasse, un chef cuisinier français, sur l'opération « Goût de France/Good France » en l'honneur de la gastronomie française, à Paris le 21 janvier 2015 », <http://www.diplomatie.gouv.fr>, le 23 janvier 2015.

70. Viadot P., *L'environnement dans l'entreprise*, Paris, L'Harmattan, 1997, p. 71.

71. Stengel K., *Petit lexique pour comprendre la qualité alimentaire et les labels*, Paris, Erick Bonnier, 2018.

La légitimation d'une telle opération, loin d'être une justification absolue de la qualité, est une recherche de sentiment d'élévation voire d'excellence que la société crée à l'égard de notre modèle culinaire⁷² en gardant théoriquement une distanciation avec l'offre commerciale. La légitimité que l'on acceptera d'offrir à cette opération pourra ainsi créer une interprétation d'un modèle qualitatif de la cuisine française.

72. Stengel K., *Dictionnaire du Bien Manger et des Modèles Culinaires*, coll. « Les dictionnaires », Paris, Honoré Champion, 2015.